



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ANALISIS NIAT BELI GENERASI MILENIAL TERHADAP PRODUK NENAS DI DESA RIMBO PANJANG

SKRIPSI

OLEH :



OKTAVARIDO
(11671102110)



PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2020



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : OKTAVARIDO
 NIM: : 11671102110
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
 SEMESTER : VIII (DELAPAN)
 JUDUL : ANALISIS NIAT BELI GENERASI MILENIAL
 TERHADAP PRODUK NENAS DI DESA RIMBO
 PANJANG

DISETUJUI OLEH:
PEMBIMBING

HARIZA HASYIM, SE. M.Si

NIP. 197609102009012003

MENGETAHUI:

DEKAN FEKONSOS



Dr. Drs. H. MUH. SAID HM. M.Ag. MM
NIP. 196205121989031003

**KETUA PRODI
S1 MANAJEMEN**

Disetujui tgl. 02/07/2020

FAKHRURROZI, SE. MM
NIP. 19670725 200003 1 002



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : OKTAVARIDO
 NIM : 11671102110
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 JURUSAN : MANAJEMEN PEMASARAN
 JUDUL : “ANALISIS NIAT BELI GENERASI MILENIAL
 TERHADAP PRODUK NENAS DI DESA RIMBO
 PANJANG”
 TANGGAL UJIAN : Rabu, 15 Juli 2020

DISETUJUI OLEH:

KETUA PENGUJI

Disetujui tgl. 28/07/2020

FAKHRURROZI, SE, MM
 NIP. 19670725200001002

MENGETAHUI

PENGUJI I

DR. MAHENDRA ROMUS, SP, MEd
 NIP. 197111192005011004

PENGUJI II

MUKLIS, SE, MM
 NIK. 198611262015031004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Sikap, norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku terhadap niat beli generasi milenial pada produk Nenas di Desa Rimbo Panjang, baik secara parsial maupun simultan. sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden generasi milenial. Metode penentuan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling dan Accidental Sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli generasi milenial pada produk Nenas di Desa Rimbo Panjang. norma Subjektif dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap niat beli generasi milenial pada produk Nenas di Desa Rimbo Panjang. Secara simultan sikap, norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku memiliki pengaruh terhadap niat beli generasi milenial pada produk Nenas di Desa Rimbo Panjang. Besar pengaruh sikap, norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku terhadap niat beli generasi milenial pada produk Nenas di Desa Rimbo Panjang memiliki pengaruh yang tinggi dan kuat. 67,8 % niat beli di pengaruhi oleh sikap, norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku dan sisanya sebesar 32,2 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : sikap, norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



AssalamualaikumWr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, karena berkat rahmat dan hidayah-Nyalah penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Salawat beriring salam tidak lupa kita hadiahkan kepada baginda Rasullulah SAW yang telah membawa kita dari alam gelap gulita yang penuh kebodohan kepada alam yang terang menerang yang penuh ilmu pengetahuan. Skripsi yang berjudul **“Analisis Niat Beli Generasi Milenial Terhadap Produk Nenas Di Desa Rimbo Panjang”**, ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada kesempatan ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, atas rahmat dan ridhonya saya dapat selesai mengerjakan tugas akhir ini dengan baik.
2. Kepada paman saya, Bapak Zalka Putra, orang tua saya, ayahanda Amir dan Ibunda Ernawati yang selalu memberikan dukungan moral dan spiritual kepada saya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bapak Prof. Dr. KH Ahmad Mujahidin, M.Ag selaku rector Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Dr. Drs.H. Muh Said HM, M.Ag, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru.

Ibu Dr. Hj. Leny Novianti, MS, SE, M. Si, Ak, CA selaku Wakil Dekan I, Ibu Dr. Hj. Julina, SE, M.Si selaku Wakil Dekan II, Bapak Dr. Amrul Muzan, SHI, MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.

6. Bapak Fakhurrozi, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Ibu Astuti Mevlinda, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Para Staff TU yang telah membantu dan memberi kemudahan selama masa perkuliahan.

Ibu Hariza Hasyim, SE, M.Si dan Ibu Nurrahmi Hayani, SE, MBA selaku pembimbing yang telah meluangkan waktunya dalam membimbing dengan penuh kesabaran dan pengarahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.

Kepada Intan, teman-teman seangkatan, dan teman kecil di Desa Rimbo Panjang yang selalu menemani dalam pembuatan Skripsi ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Akhirnya hanya kepada Allah SWT penulis berserah diri, dan semoga apa yang tertulis dalam skripsi ini bisa bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya, AamiinYaaRabbalAalamin.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini belum sepenuhnya sempurna, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran guna perbaikan dikemudian hari. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca untuk menambah wawasan pengetahuan dan berguna untuk penelitian selanjutnya.

Pekanbaru, 02 Juli 2020

Penulis,

OKTAVARIDO
(11671102110)

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.4 Rencana Sistematika Penulisan.....	10
 BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Niat Beli.....	11
2.2 Sikap.....	11
2.3 Norma Subjektif.....	14
2.4 Persepsi Kontrol Perilaku.....	16
2.5 Manajemen Pemasaran.....	17
2.6 Indikator	19
2.6.1 Indikator Sikap Konsumen.....	19
2.6.2 Indikator Norma Subjektif.....	21
2.6.3 Indikator Persepsi Kontrol Perilaku	22
2.6.4 Indikator Niat Beli.....	23
2.7 Pandangan Islam Tentang Perilaku Konsumen.....	24
2.8 Penelitian Terdahulu.....	26
2.9 Variabel Penelitian.	28
2.10 Konsep Operasional Variabel.....	25
2.11 Kerangka pemikiran.	30
2.12 Hipotesis.....	31
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi Penelitian	34
3.2 Waktu Penelitian	34
3.3 Jenis dan Sumber Data	34
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	35
3.5 Data dan Sumber Data.....	38

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.6 Teknik Pengumpulan Data	39
3.7 Uji Kualitas Data.....	40
3.7.1 Uji Validitas.....	40
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	40
3.8 Uji Asumsi Klasik	41
3.8.1 Uji Normalitas Data	41
3.8.2 Uji Multikolinearitas	41
3.8.3 Uji Uji Heteroskedastisitas.....	42
3.8.4 Uji Autokorelasi	43
3.9 Analisis Linear Berganda	43
3.10 Uji Hipotesis.....	44
3.10.1 Uji Secara Parsial (Uji T)	44
3.10.2 Uji Secara Simultan (Uji F).....	45
3.11 Uji Korelasi (R) dan Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	45

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Profil Desa Rimbo Panjang	47
4.2 Demografi Desa Rimbo Panjang.....	49
4.3 Data Umum Penduduk Desa Rimbo Panjang.....	51
4.4 Laju pertumbuhan penduduk Desa Rimbo Panjang	52
4.5 Tingkat pendapatan warga Desa Rimbo Panjang	53
4.6 Industri dan Pengolahan di Desa Rimbo Panjang	56

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian.....	57
5.1.1 Analisis Deskriptif Responden.....	57
5.1.2 Karakteristik Responden	57
5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
5.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Golongan	58
5.2 Deskripsi Responden.....	59
5.2.1 Distribusi Jawaban Responden Tentang Variabel Sikap (X1)	59
5.2.2 Distribusi Jawaban Responden Tentang Variabel Norma Subjektif (X2)	61
5.2.2 Distribusi Jawaban Responden Tentang Variabel Persepsi Kontrol Perilaku (X3)	62

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.2.3 Distribusi Jawaban Responden Tentang Variabel Niat Beli (Y)	65
5.3 Pengujian dan Hasil Analisis Data	67
5.3.1 Uji Kualitas Data.....	67
5.4 Uji Asumsi Klasik	69
5.4.1 Uji Normalitas	69
5.4.2 Uji Multikolinearitas	72
5.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	73
5.4.4 Uji Autokorelasi	74
5.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	75
5.6 Uji Hipotesis.....	76
5.6.1 Uji Secara Parsial (Uji T).....	76
5.6.2 Uji Secara Simultan (Uji F).....	79
5.6.3 Uji Koefisien Korelasi (Uji R) dan Koefisien Determinasi (R^2).....	80
5.7 Pembahasan.....	82
5.7.1 Pengaruh Sikap Terhadap Niat Beli.....	82
5.7.2 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat Beli	83
5.7.3 Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli	84
5.7.3 Pengaruh Variabel Independen (Sikap, Norma Subjektif dan Persepsi Kontrol Perilaku) Secara Simultan Terhadap Variabel Dependen Niat Beli(Y).....	85
BAB VI PENUTUP	
6.1 Kesimpulan	87
6.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Persentase Penduduk Menurut Kelompok Umur.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 2.2 Defenisi Konsep Operasional Variabel Penelitian.....	29
Tabel 4.1 Sejarah Perkembangan Desa.....	49
Tabel 4.2 Jumlah Keluarga Prasejahtera dan Sejahtera	52
Tabel 4.3 Jumlah Total penduduk Desa Rimbo Panjang	53
Tabel 4.4 Pekerjaan Masyarakat Berdasarkan jumlah KK.....	53
Tabel 4.5 Data Industri Kecil Menengah (IKM) Tahun 2018.....	56
Tabel 5.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	58
Tabel 5.2 Responden Berdasarkan golongan milenial.....	58
Tabel 5.3 Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Sikap (X1)	59
Tabel 5.4 Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Norma Subjektif (X2).....	61
Tabel 5.5 Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Kontrol Perilaku (X3).....	63
Tabel 5.6 Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Niat Beli (Y).....	65
Tabel 5.7 Hasil uji validitas.....	67
Tabel 5.8 Distribusi Frekuensi Uji Reabilitas	69
Tabel 5.9 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	70
Tabel 5.10 Uji Multikolinieritas.....	72
Tabel 5.11 Uji Autokorelasi.....	74
Tabel 5.12 Analisis Regresi Linear Berganda.....	75
Tabel 5.13 Uji Secara Parsial (Uji t)	78
Tabel 5.14 Uji Secara Parsial (Uji F)	80
Tabel 5.15 Koefisien korelasi (Uji R) dan Koefisien Determinasi (R^2).....	81

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Prasurvey Terhadap Generasi Milenial	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.1 Grafik Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Gambar 4.2 Grafik Jumlah Prasejahtera dan Sejahtera.....	52
Gambar 4.3 Diagram Pekerjaan Masyarakat berdasarkan KK.....	54
Gambar 5.1 Pie Chart Variabel Sikap (X1).....	60
Gambar 5.2 Pie Chart Variabel Norma Subjektif (X2).....	62
Gambar 5.3 Pie Chart Variabel Persepsi Kontrol Perilaku (X3).....	64
Gambar 5.4 Pie Chart Variabel Niat Beli (Y)	66
Gambar 5.5 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	71
Gambar 5.6 Uji Normalitas Dengan Normal P-P Plot	71
Gambar 5.7 Uji Heteroskedastisitas.....	74

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 2 Kartu Bimbingan Skripsi.....	97
Lampiran 3 Tabulasi Data Penelitian.....	98
Lampiran 4 Karakteristik Responden	102
Lampiran 5 Distribusi Jawaban Responden.....	102
Lampiran 6 Uji Validitas.....	109
Lampiran 7 Uji Reliabilitas.....	113
Lampiran 8 Uji Normalitas.	115
Lampiran 9 Uji Asumsi Klasik.	115
Lampiran 10 Analisis Regresi Berganda.	117
Lampiran 11 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).	117
Lampiran 12 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	117
Lampiran 13 Koefisien Korelasi (Uji R) dan Koefisien Determinasi (R^2).....	118
Lampiran 14 Tabel T Statistik.	118
Lampiran 15 Tabel F Statistik.....	119
Lampiran 16 Tabel R Statistik.	120
Lampiran 17 Tabel DW.	121
Lampiran 18 SK Penunjukan Pembimbing.....	122



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan keberagaman dan kekayaan alamnya. Salah satunya yaitu sektor pertanian, peranan sektor pertanian di Indonesia sangat penting dalam memberikan kontribusi besar dalam pembangunan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan petani. Secara geografis, Indonesia terletak diantara dua Benua yaitu Benua Australia dan Benua Asia, serta dua buah Samudra yaitu Samudra Pasifik dan Samudra Hindia. Indonesia juga merupakan Negara Kepulauan. Selain itu Indonesia sebagai Negara yang memiliki iklim dengan dua musim, yaitu musim hujan dan musim panas yang mengakibatkan Indonesia sebagai Negara yang memiliki iklim tropis yang mengakibatkan Indonesia memiliki hutan hujan tropis, di mana saat ini banyak lahan yang dijadikan sebagai lahan pertanian dan perkebunan.

Sektor pertanian merupakan andalan untuk meningkatkan kesejahteraan sebagian masyarakat Indonesia karena sebagian masyarakat Indonesia tinggal di pedesaan dan mereka bekerja di sektor pertanian. Adapun berbagai macam tanaman seperti : padi, umbi-umbian, kelapa sawit, buah-buah dan jenis tanaman lainnya. Sebagai wilayah dengan sumber daya yang melimpah memiliki potensi untuk dikembangkan terutama pada sektor pertanian. Dengan berkembangnya potensi pertanian ini, dapat memberikan banyak manfaat diantaranya yaitu :

kesejahteraan masyarakat meningkat baik di bidang ekonomi dan kelestarian sumber daya alam yang melimpah. Dengan adanya kekayaan sumber



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

daya alam yang melimpah ini akan sangat menguntungkan bagi masyarakat Indonesia apabila dikelola dengan baik, sebaliknya apabila tidak dikelola dengan baik, maka akan sangat sulit untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat.

Riau merupakan salah satu provinsi terkaya di Indonesia, sumber daya alam yang dimiliki provinsi Riau berupa minyak bumi, gas alam, karet, kelapa sawit dan perkebunan serat. Provinsi Riau merupakan provinsi yang memiliki sumber daya alam yang sangat sangat banyak, juga memiliki prospek pertanian yang sangat luas. Provinsi Riau memiliki prospek pertanian yang sangat besar. Kesuburan tanah di daerah Riau daratan adalah yang sangat sesuai untuk lahan pertanian dengan berbagai macam ragam jenis tanaman.

Secara umum, produksi tanaman buah-buahan dan sayuran tahunan pada tahun 2017 mengalami kenaikan dibandingkan tahun 2016. Kenaikan produksi buah-buahan tahunan terbesar terjadi pada komoditas Nenas sebesar 399.833 ton atau 28,64 persen (BPS, 2017). Sentra pengembangan tanaman Nenas di Kabupaten Kampar terletak di Kecamatan Tambang. Kecamatan Tambang memiliki potensi lahan yang sangat cocok untuk pengembangan komoditi Nenas.

Permintaan akan olahan Nenas yang cukup tinggi untuk dijadikan oleh-oleh membuat perubahan dalam inovasi pengolahan Nenas. Konsumen menuntut suatu produk yang sesuai dengan selera keinginan mereka. Hal ini menyebabkan pedagang Nenas mengalami persaingan yang begitu ketat karena tuntutan keinginan konsumen yang semakin kompleks.

Sangat penting bagi penjual Nenas di desa Rimbo Panjang untuk mengetahui perilaku konsumen khususnya generasi milenial yang selalu



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berkembang dengan cara memahami perilaku konsumen tersebut karena hal ini akan menentukan niat beli konsumen kemudian konsumen memutuskan untuk membeli Nenas tersebut.

Pedagang Nenas di desa Rimbo Panjang juga harus mempertimbangkan generasi milenial sebagai konsumen , karna selama ini menurut pengakuan dari pedagang Nenas di desa Rimbo Panjang sendiri, mereka hanya mengutamakan konsumen yang dewasa saja .

Milenial (juga dikenal sebagai Generasi Y, Gen Y atau Generasi Langgas) adalah kelompok demografi setelah Generasi X (Gen-X). Tidak ada batas waktu yang pasti untuk awal dan akhir dari kelompok ini. Para ahli dan peneliti biasanya menggunakan awal 1980-an sebagai awal kelahiran kelompok ini dan pertengahan tahun 1990-an hingga awal 2000-an sebagai akhir kelahiran. pengelompokan berdasarkan umur dapat dilihat di tabel dibawah :

Tabel 1.1 Persentase Penduduk Menurut Kelompok Umur

Provinsi	0-15 Tahun	16-30 Tahun	31 Tahun atau Lebih	Total
Aceh	32.75	26.03	41.22	100.00
Sumatera Utara	33.46	24.81	41.73	100.00
Sumatera Barat	31.99	23.58	44.43	100.00
Riau	32.66	25.54	41.80	100.00
Jambi	29.17	25.05	45.78	100.00
Sumatera Selatan	30.35	24.66	45.00	100.00
Bengkulu	29.84	24.12	46.04	100.00
Lampung	29.58	23.68	46.74	100.00
Kep. Bangka Belitung	28.86	24.91	46.23	100.00
Kepulauan Riau	32.05	22.43	45.52	100.00
DKI Jakarta	26.20	24.10	49.70	100.00
Jawa Barat	28.20	24.73	47.08	100.00
Jawa Tengah	25.54	22.76	51.70	100.00
DI Yogyakarta	22.84	23.50	53.66	100.00



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jawa Timur	24.04	22.66	53.30	100.00
Banten	29.68	25.85	44.48	100.00
Bali	25.10	22.95	51.95	100.00
Nusa Tenggara Barat	31.32	25.15	43.53	100.00
Nusa Tenggara Timur	37.15	24.17	38.68	100.00
Kalimantan Barat	30.89	25.19	43.92	100.00
Kalimantan Tengah	29.59	25.43	44.99	100.00
Kalimantan Selatan	29.82	24.39	45.79	100.00
Kalimantan Timur	29.16	25.16	45.68	100.00
Kalimantan Utara	31.57	25.52	42.91	100.00
Sulawesi Utara	27.24	23.20	49.56	100.00
Sulawesi Tengah	30.57	24.29	45.14	100.00
Sulawesi Selatan	30.24	24.72	45.04	100.00
Sulawesi Tenggara	34.94	24.83	40.23	100.00
Gorontalo	29.83	25.67	44.50	100.00
Sulawesi Barat	33.80	25.37	40.83	100.00
Maluku	35.00	25.37	39.63	100.00
Maluku Utara	34.91	24.84	40.24	100.00
Papua Barat	32.98	26.50	40.52	100.00
Papua	32.94	26.37	40.69	100.00
Indonesia	28.53	24.15	47.31	100.00

Sumber: BPS, Susenas Maret 2018

Dari data tabel 1.1 pengelompokan umur untuk daerah Riau pada tahun 2018 Untuk kelahiran diatas tahun 1990 jumlahnya 58.2 % dan kelahiran di bawah tahun 1990 41.80 % golongan umur lain, Artinya lebih dari 52.8 % generasi milenial di Riau dari seluruh total penduduk. Penting bagi pelaku usaha Nenas di Desa Rimbo Panjang untuk manargetkan pasarnya kepada generasi milenial. Dengan jumlah milenial yang cukup besar, penjual Nenas perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat ataupun mempelajari perilaku konsumen khususnya gearasi milenial agar dapat menggaet para generasi milenial untuk memunculkan niat beli dari generasi milenial. Karakteristik generasi milenial harus dipahami oleh para pelaku usaha nenas di Desa Rimbo Panjang.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pengetahuan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi Niat beli pada generasi ini menjadi modal luar biasa agar usaha yang dikelola memiliki daya saing tinggi.

Dalam penelitian ini menggunakan teori TPB (*Theory of Planned Behavior*) untuk melihat niat beli seorang konsumen terhadap Nenas di desa Rimbo Panjang. Secara tidak langsung, niat beli konsumen terhadap produk Nenas di desa Rimbo Panjang dipengaruhi dengan adanya sikap positif konsumen khususnya generasi milenial. Dimana sikap positif tersebut dipengaruhi oleh tekanan sosial disekitarnya dan juga karena dipengaruhi oleh persepsi kontrol perilaku yang mana hal itu akan berpengaruh pada munculnya niat beli konsumen khususnya generasi milenial terhadap produk Nenas di desa Rimbo Panjang.

Sedangkan pengaruh secara langsung pada perilaku niat beli pada produk Nenas timbul karena adanya pengaruh dari lingkungan sekitar serta persepsi kontrol perilaku yang dirasakan. Pengaruh dari lingkungan sekitar yang memiliki pengaruh yang besar adalah pengaruh dari keluarga, teman, tetangga, ataupun orang yang dianggap sebagai orang yang penting baginya.

Dengan mengenal dan memahami perilaku konsumen, hal tersebut dapat memberikan kemudahan bagi penjual Nenas mengkomunikasi produk yang akan mereka pasarkan kepada generasi milenial. *Theory of planned Behavior* adalah teori tentang perilaku manusia yang dikemukakan oleh Icek Ajzen pada tahun 1985. Teori ini diajukan oleh (**Icek Ajzen, 1988 – 1991**) untuk membantu memahami bagaimana kita dapat merubah perilaku seseorang. Teori intensi mengalami perkembangan, dimana pada awalnya hanya berisi mengenai *theory of reasoned action* (teori tindakan beralasan) yang memiliki dua fungsi determinan,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yaitu sikap dan norma subjektif hingga berkembang menjadi *planned behavior theory* (teori tingkah laku terencana) dengan membentuk tiga fungsi determinan, yaitu sikap terhadap perilaku yang bersangkutan, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 2001).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rizqi, 2018), menyatakan bahwa sikap memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beli. Hasil penelitian yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh (Setiawan dan Setyorini, 2015), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sikap tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Khaerani dan Hasanah, 2018) menyatakan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beli. Hasil penelitian yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh (Haro, 2015), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Khaerani dan Hasanah, 2018), menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beli. Hasil penelitian yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh (Suparno, 2017), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 1.1 Prasurvey Terhadap Generasi Milenial



Sumber : Pra Survey, 2019

Berdasarkan Gambar 1.1 , hasil pra survey kepada 42 responden umum dan generasi milenial, menunjukkan bahwa rata - rata generasi milenial mengetahui adanya produk Nenas di desa Rimbo Panjang dan sebagian pernah membeli produk Nenas tersebut , dari 42 responden tersebut menjawab 83,3 % mereka membeli produk Nenas di desa Rimbo Panjang atas kemauan sendiri dan 16,7 % dipengaruhi oleh orang lain, artinya , penjual Nenas di desa Rimbo Panjang perlu mempelajari tingkah laku konsumen untuk memunculkan niat beli konsumen khususnya generasi milenial (**Pra Survey, 2019**).

Maka berdasarkan latar belakang, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan 4 variabel yaitu meliputi 3 variabel bebas yaitu pengaruh sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku dan variabel 1 variabel terikat yaitu niat beli. Sehingga peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS NIAT BELI GENERASI MILENIAL TERHADAP PRODUK NENAS DESA RIMBO PANJANG”**.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dijelaskan peneliti bahwa kurangnya perhatian penjual Nenas di Desa Rimbo Panjang menjual produk mereka kepada generasi milenial, hal ini diduga kurangnya pengetahuan ataupun kurangnya penjual Nenas dalam memahami perilaku konsumen khususnya generasi milenial.

Berdasarkan rumusan masalah yang disampaikan, adapun rumusan permasalahan penelitian ini adalah :

1. Apakah sikap berpengaruh terhadap niat beli produk Nenas pada generasi milenial di Desa Rimbo Panjang ?
2. Apakah norma subjektif berpengaruh terhadap niat beli produk Nenas pada generasi milenial di Desa Rimbo Panjang ?
3. Apakah kontrol perilaku berpengaruh terhadap niat beli produk Nenas pada generasi milenial di Desa Rimbo Panjang ?
4. Apakah sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku secara simultan berpengaruh terhadap niat beli produk Nenas pada generasi milenial di Desa Rimbo Panjang?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah sikap berpengaruh terhadap niat beli generasi milenial pada produk Nenas pada di Desa Rimbo Panjang.
2. Untuk mengetahui apakah norma subjektif berpengaruh terhadap niat beli generasi milenial pada produk Nenas di Desa Rimbo Panjang.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Untuk mengetahui apakah kontrol perilaku berpengaruh terhadap niat beli generasi milenial pada produk Nenas di Desa Rimbo Panjang.

Untuk mengetahui apakah sikap, norma subjektif, kontrol perilaku berpengaruh secara simultan terhadap niat beli generasi milenial pada produk Nenas di Desa Rimbo Panjang.

Manfaat Penelitian

Bagi akademisi

Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan, sekaligus dapat menerapkan teori-teori dan konsep yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang diperoleh dari perkuliahan, khususnya mengenai sikap, norma subjektif, kontrol perilaku dan niat beli.

Bagi peneliti

Penelitian ini sebagai sarana aktualisasi diri, menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mengaplikasikan teori yang didapatkan selama bangku kuliah, terutama di bidang pemasaran.

Bagi pelaku usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan menjadi pertimbangan bagi pelaku usaha mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam niat beli generasi milenial terhadap produk Nenas di Rimbo Panjang.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rencana Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan ini disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta rencana sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori, pandangan islam, penelitian terdahulu, variabel penelitian, konsep operasional variabel penelitian, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan uraian tentang Lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang sejarah singkat tempat penelitian, visi misi dan karakteristik tempat penelitian, serta struktur-struktur tempat penelitian.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan uraian tentang pembahasan terhadap hasil penelitian yang sudah dilakukan.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan pembahasan tentang permasalahan yang diteliti, serta mencoba memberikan saran-saran yang dapat dijadikan pedoman dalam menanggulangi permasalahan yang dihadapi.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

LANDASAN TEORI

Niat Beli

Menurut (Ariyanti dkk, 2014), mengatakan bahwa niat beli adalah penentuan dari pembeli untuk melakukan suatu tindakan seperti membeli suatu produk dan jasa. Niat itu sendiri merupakan gabungan dari kepercayaan dan sikap konsumen terhadap produk dan jasa.

Niat beli seringkali digunakan untuk menganalisa perilaku konsumen. Sebelum melakukan pembelian, konsumen akan mengumpulkan informasi tentang produk yang akan akan menjadi pertimbangan. Dalam model perilaku konsumen (Engel dkk, 2008) dalam (Mahardika dan Saino , 2014) niat beli dibentuk dari kepercayaan mengenai produk atau merek dan atributnya, diikuti dengan peralihan dalam sikap terhadap tindakan pembelian dan dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal.

Niat beli konsumen terhadap suatu produk pastinya diawali dengan mengumpulkan informasi pada produk tersebut. Salah satu cara pengumpulan informasi tersebut didasarkan pada pengalaman serta pengaruh lingkungan sekitar. Ketika konsumen sudah mendapatkan informasi hingga tingkat tertentu, konsumen akan berada pada proses memperkirakan dan mengevaluasi untuk nantinya akan memunculkan perilaku pembelian setelah membandingkan dan mempertimbangkan suatu produk.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada dasarnya, konsumen memilih untuk membeli suatu produk tertentu karena konsumen membutuhkannya. Seorang konsumen yang melakukan pembelian nenas menandakan bahwa dia membutuhkan produk nenas tersebut. Niat pembelian sendiri secara tidak langsung menggambarkan suatu motivasi untuk konsumen sebagai keinginan yang kuat yang harus dicapai. Dalam hal ini adalah keinginan seorang konsumen untuk membeli suatu produk baik berupa barang maupun jasa.

Dalam penelitian ini menggunakan teori *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk melihat niat beli seorang konsumen terhadap Nenas di desa Rimbo Panjang. Secara tidak langsung, niat beli konsumen terhadap produk Nenas di desa Rimbo Panjang dipengaruhi dengan adanya sikap positif konsumen khususnya generasi milenial. Dimana sikap positif tersebut dipengaruhi oleh tekanan sosial disekitarnya dan juga karena dipengaruhi oleh Persepsi Kontrol Perilaku yang mana hal itu akan berpengaruh pada munculnya niat beli konsumen khususnya generasi milenial terhadap produk Nenas di desa Rimbo Panjang.

Sedangkan pengaruh secara langsung pada perilaku niat beli pada produk Nenas timbul karena adanya pengaruh dari lingkungan sekitar serta Persepsi Kontrol Perilaku yang dirasakan. Pengaruh dari lingkungan sekitar yang memiliki pengaruh yang besar adalah pengaruh dari keluarga, teman, tetangga, ataupun orang yang dianggap sebagai orang yang penting baginya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sikap

Sikap (*attitude*) adalah evaluasi, perasaan, dan kecenderungan yang konsisten atas suka atau tidak sukanya seseorang atas objek atau ide (**Kotler & Armstrong, 2013**). Beberapa ahli manajemen pemasaran mendefinisikan sikap adalah perasaan dari konsumen (positif dan negatif) dari suatu objek setelah dia mengevaluasi objek tersebut. Semakin banyak objek yang dievaluasi akan semakin banyak sikap yang terbentuk. Sikap memiliki beberapa fungsi, yaitu fungsi penyesuaian, ego defensive, ekspresi nilai dan pengetahuan (**Oentoro, 2012**). Sikap konsumen merupakan suatu respon yang diberikan oleh pesan iklan dan ditangkap oleh konsumen. Sikap terhadap perilaku didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan, definisi lainnya Sikap sebagai tingkat evaluasi diri saat seseorang merasa menguntungkan atau tidak menguntungkan saat penilaian terhadap perilaku yang dimaksud (**Ajzen, 2001**).

Menurut (**Nurofik, 2003**) sikap terhadap perilaku merupakan konstruk yang menggabungkan antara keyakinan seseorang (*Behavioral Belief*) mengenai kemungkinan yang akan dihasilkan dari hasil perilaku dengan evaluasi outcome (*Evaluation Outcome*) tertentu dari hasil perilaku. Keyakinan individu (*Behavioral Belief*) sendiri berkaitan dengan kepercayaan akan suatu hal serta konsekuensi yang akan ditimbulkan ketika melakukan perilaku. Sedangkan evaluasi outcome (*Evaluation Outcome*) merupakan penilaian atau evaluasi terhadap suatu hal serta konsekuensinya, positif-negatif ataupun suka- tidak suka.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Definisi sikap menurut **(Munir, 2012)**, merupakan suatu bentuk evaluasi, perasaan, dan kecenderungan seseorang yang relatif terhadap sesuatu obyek ataupun gagasan. Selain itu, menurut **(Herlina, 2009)** sikap merupakan suatu perilaku yang dibentuk berdasarkan pada keyakinan serta evaluasi atas akibat atau konsekuensi yang ditimbulkan dari adanya perilaku yang diyakini. Selanjutnya sikap menurut **(Muanas, 2014)**, merupakan gabungan ide yang menunjukkan keseluruhan perasaan serta evaluasi individu terhadap suatu objek Berdasarkan beberapa definisi yang terdapat dalam suatu sikap konsumen, maka dapat disimpulkan bahwa sikap adalah gabungan ide yang menunjukkan keseluruhan perasaan dan evaluasi individu terhadap suatu objek. Dengan kata lain, sikap merupakan suatu evaluasi, perasaan emosional serta kecenderungan melakukan perilaku yang menguntungkan ataupun tidak menguntungkan dari seseorang terhadap suatu obyek. Ketika konsumen dipengaruhi secara emosional, maka pengaruh ini juga akan mempengaruhi proses kognitif yaitu keyakinan terhadap atribut produk dan akan ia tunjukkan melalui perilaku pembelian.

Menurut **(Schiffman dan Kanuk, 2000)** dalam **(Prasetijo dan Ihalauw, 2005)** dalam suatu sikap terdapat beberapa konsep, diantaranya:

1. Objek

Di dalam bersikap, terdapat objek yang harus disikapi. Objek yang dimaksud dalam hal ini adalah kategori produk, *brand* (merek), *service* (jasa), iklan, harga, penyalur dan sebagainya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sikap adalah suatu predisposisi yang dipelajari

Predisposisi ini dapat dikatakan sebagai kecenderungan umum. Dimana sikap ini memiliki kualitas motivasional yang dapat mendorong konsumen kepada suatu perilaku tertentu. Dalam kaitanya ilmu pemasaran, sikap yang relevan terhadap perilaku membeli terbentuk dari pengalaman langsung dalam menggunakan produk dan informasi yang diperoleh.

Sikap umumnya konsisten

Secara umum, sikap selalu konsisten dengan perilaku yang diperlihatkannya. Jadi, apabila sikap positif dalam melakukan pembelian yang terbentuk maka perilaku pembelianlah yang akan muncul. Akan tetapi, ketika sikap yang terbentuk adalah negatif maka sudah sulit sekali sikap tersebut diubah.

4. Sikap terjadi dalam suatu situasi

Situasi sendiri merupakan suatu keadaan pada saat pengamatan. Dimana situasi ini mempengaruhi sikap apa yang akan diambil. Jika terdapat suatu situasi yang mengharuskan terjadinya suatu sikap maka pasti akan muncullah suatu perilaku yang mendukung.

5. Sikap itu terarah dan mempunyai intensitas tertentu.

Suatu sikap dikatakan terarah karena sikap dapat memberikan orang pandangan positif atau negatif terhadap objek sikap. Dan seberapa besar kesukaan dan ketidaksukaan terhadap objek sikap dapat dinyatakan dalam intensitas tertentu. Berdasarkan hal ini menunjukkan bahwa sikap merupakan suatu tindakan seseorang untuk melakukan pembelian atau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tidak, dan suatu sikap membeli atau tidak disini dipengaruhi oleh sikap seseorang itu suka atau tidak suka pada suatu produk. Suatu sikap positif seseorang terhadap suatu objek yang dalam penelitian ini adalah buah nenas, maka terdapat kemungkinan ia akan melakukan pembelian terhadap nenas tersebut. Semakin besar sikap positif terhadap produk maka semakin besar pula peluang seseorang melakukan pembelian .

2.3 Norma Subjektif

Norma subjektif adalah suatu komponen yang berkenaan dengan keputusan apa yang akan dilakukan setelah mempertimbangkan pandangan orang-orang yang mempengaruhi individu tentang perilaku tertentu. Norma subjektif adalah hasil dari keyakinan orang lain yang berpendapat bahwa sebaiknya ia melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu serta motivasi untuk melakukan pendapat tersebut.

Menurut (**Munir, 2012**) menjelaskan bahwa norma subjektif merupakan persepsi seseorang yang akan mempengaruhi niat seseorang untuk melakukan tindakan, bisa dikatakan juga bahwa norma subjektif dapat menunjukkan sumber informasi utama yang menjadi acuan konsumen untuk melakukan tindakan pembelian.

Menurut (**Herlina, 2009**) Norma subjektif merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen yang terbentuk melalui keyakinan normatif serta motivasi untuk menuruti saran dari orang-orang yang penting



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(kelompok preferen) bagi konsumen tersebut. Menurut **(Prasetijo dan Ihalaui, 2005)**, Kelompok preferen yang berpengaruh dalam norma subjektif antara lain:

1. Keluarga

Keluarga sangat menentukan perilaku, pilihan produk dan aktivitas pembelian. Dari keluargalah konsumen belajar dan bersosialisasi untuk menjadi konsumen dikemudian hari.

2. Teman

Dalam berteman, orang memiliki suatu bentuk komitmen yang sama-sama dimengerti oleh orang-orang dalam kelompok teman tersebut. Komitmen itu bisa muncul karena adanya kesamaan dalam beberapa hal seperti minat, tujuan, kebutuhan dan sebagainya.

3. Rekan kerja

Mereka yang tergabung dalam *rotary club* memahami perilaku yang bisa diterima dalam kelompok ini, sehingga perilaku pembeliannya pun sedikit banyak terpengaruh oleh norma kelompok.

4. Kelompok belanja

Seringkali ditemui di mal-mal, sekelompok remaja atau ibu-ibu yang kesana kemari bersama-sama. Apabila mereka masuk ke sebuah toko, mereka memilih produk dan mencoba dengan cermat produk yang mereka sukai. Akan tetapi, apabila ada di antara mereka yang datang ke toko itu sendirian, maka konsumen tersebut akan langsung menuju ke tempat produk yang diinginkan, memilih, mencoba dan membeli produk tersebut



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tanpa harus berkeliling. Jadi, secara tidak langsung kelompok belanja memiliki pengaruh pada perilaku pembelian konsumen.

Persepsi Kontrol Perilaku

Menurut (Muana, 2014), Persepsi Kontrol Perilaku adalah proses seorang individu memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi yang berasal dari lingkungan disekitarnya. Menurut (Wahyuni dkk, 2017), menjelaskan Persepsi Kontrol Perilaku adalah suatu keadaan bahwa seseorang merasa mampu untuk menetapkan perilaku. Sedangkan menurut (Ajzen, 1991) Persepsi Kontrol Perilaku yang dirasakan mengacu pada tingkat kemudahan serta kesulitan dalam melakukan suatu perilaku yang dianggap sebagai suatu sikap yang mencerminkan pengalaman masa lalu serta mengantisipasi hambatan dan rintangan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Segala bentuk perilaku tentunya dipengaruhi oleh persepsi masing-masing situasi. Beberapa orang dengan motivasi yang sama dengan situasi yang sama mungkin saja tindakannya berbeda-beda karena mereka menganggap situasi secara berbeda. Sehingga dengan ini, menunjukkan bahwa persepsi adalah suatu proses seorang individu dalam memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi yang berasal dari lingkungan disekitarnya dalam bentuk tindakan niat membeli ataupun niat untuk menggunakan suatu produk. Terjadinya persepsi tersebut dipengaruhi oleh pengalaman pada masa lampau dan sikap individu dimasa sekarang. Pengalaman tersebut dapat diperoleh melalui perbuatannya di masa lampau. Sebab suatu sikap belajar dapat memberikan pengalaman bagi seorang individu dalam melakukan perilaku dimasa sekarang ataupun dimasa yang akan datang (**Muanas, 2014**). Maka, hasil dari pengalaman seseorang akan membentuk suatu persepsi pada suatu produk. Adanya perbedaan persepsi ini juga akan menciptakan ataupun menghasilkan perbedaan perilaku pembelian yang berbeda pula pada masing-masing individu.

2.5 Manajemen Pemasaran

Kegiatan Manajemen berdasarkan fungsinya yang pada intinya berusaha untuk mengidentifikasi apa sesungguhnya yang dibutuhkan oleh konsumen, dan bagaimana cara pemenuhannya dapat diwujudkan.

Manajemen pemasaran yaitu pengelolaan permintaan, serta pengelolaan hubungan dengan pelanggan. Manajemen pemasaran bukan hanya memperhatikan penemuan dan peningkatan permintaan, tetapi juga perubahan bahkan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengurangan permintaan. Pengelolaan permintaan berarti mengelola pelanggan. (Kotler & Armstrong, 2013). Definisi lainnya dari manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul (Kotler & Keller, 2009).

2.6 Indikator

2.6.1 Indikator Sikap Konsumen

Menurut (Muanas, 2014) menjelaskan bahwa suatu sikap dapat dibentuk atas beberapa komponen, yaitu:

1. Keyakinan Produk (Komponen Kognitif)

(Muanas, 2014) menjelaskan komponen kognitif merupakan pengetahuan dan persepsi yang diperoleh melalui kombinasi dari pengalaman langsung dengan objek sikap dan informasi yang terkait yang didapat dari berbagai sumber. Komponen kognitif juga dijelaskan oleh (Prasetijo dan Ihalaauw, 2005) merupakan pengalaman langsung yang dialami oleh konsumen dalam mencoba dan mengevaluasi produk sehingga mempengaruhi sikap konsumen.

Sehingga dapat kita ketahui komponen kognitif merupakan suatu pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki oleh seorang individu mengenai suatu objek. Seringkali komponen ini disebut sebagai keyakinan atau kepercayaan, sehingga ketika konsumen yakin bahwa suatu objek sikap memiliki atribut-atribut tertentu dan perilaku tertentu maka akan menunjukkan suatu akibat atau hasil tertentu pula.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Evaluasi produk (Komponen Afektif)

(Muanas, 2014) mengatakan komponen ini adalah suatu perasaan emosional dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan terdapat suatu objek.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa komponen afektif merupakan aspek emosional yang dimiliki oleh seorang individu ketika ia memiliki pemahaman dan pengetahuan untuk mendorong munculnya suatu tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan.

3. Perilaku membeli (Komponen Konatif)

(Muanas, 2014) menjelaskan komponen konatif yang merupakan kecenderungan seseorang untuk melaksanakan tindakan dan perilaku tertentu dengan cara tertentu terhadap suatu objek. Maka, komponen konatif ini merupakan suatu bentuk perilaku yang akan dimunculkan setelah individu tersebut memiliki pengetahuan, pemahaman, dan pengalaman terhadap objek tertentu. Dalam hal pemasaran, komponen konatif ini dapat ditunjukkan sebagai ekspresi niat konsumen untuk membeli ataupun menolak suatu produk.

2.6.2 Indikator Norma Subjektif

Menurut (Angelina dan Japariato, 2014) Norma subjektif ini dibentuk atas dasar indikator sebagai berikut:

1. Keyakinan Normatif (*Normatif Belief*)

(Angelina dan Japariato, 2014) menjelaskan keyakinan normatif adalah keyakinan terhadap orang lain (kelompok acuan preferen) bahwa mereka harus melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Atau keyakinan normatif



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tentang harapan orang lain mengenai apa yang harus ia lakukan. Menurut (Saeroji dkk, 2015) keyakinan normatif ini adalah suatu keyakinan yang dimiliki oleh seorang individu bahwa lingkungan dan orang-orang disekitarnya mendukung terhadap apa yang ia lakukan.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa keyakinan normatif adalah suatu bentuk keyakinan yang dimiliki oleh seorang individu untuk melakukan suatu perilaku yang didasarkan oleh orang-orang terdekatnya (Kelompok preferen) dan juga karena lingkungan disekitarnya yang memiliki pengaruh terhadap keputusan apa yang akan dilakukan oleh seorang individu tersebut.

2. Motivasi Mematuhi (*Motivation to Comply*)

Menurut (Azwar, 2005) menjelaskan motivasi mematuhi ini adalah motivasi seseorang dalam memenuhi harapan-harapan orang yang ada disekitarnya. (Anggelina dan Japarianto, 2014) Motivasi mematuhi adalah sebuah motivasi yang sejalan dengan keyakinan normatif atau bisa dikatakan bahwa norma subjektif ini merupakan sebuah motivasi yang sejalan dengan orang lain yang menjadi kelompok acuan. Norma subjektif merujuk pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan yang dapat dipengaruhi oleh orang lain atau tidak terpengaruh sama sekali (Anggreini, 2013). Dalam hal ini, perilaku yang dilakukan adalah niat beli konsumen terhadap produk. Jadi, semakin banyak faktor preferen yang mendukung individu melakukan perilaku maka semakin tinggi pula kemungkinan individu melakukan pembelian yang diawali dengan niat membeli.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.6.3 Indikator Persepsi Kontrol Perilaku

Menurut **(Prasetijo dan Ihalauf, 2005)**, Persepsi Kontrol Perilaku ini dibentuk oleh indikator berikut:

1. Pengalaman

Pengalaman langsung yang dialami oleh konsumen dalam mencoba dan mengevaluasi suatu produk **(Prasetijo dan Ihalauf, 2005)**. Menurut **(Notoatmodjo, 2010)** pengalaman adalah suatu pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang yang sangat berperan dalam menginterpretasikan stimulus yang diperoleh. Dari adanya suatu pengalaman yang dilakukan oleh konsumen diharapkan ketika konsumen membentuk sikap positif maka terdapat kemungkinan akan membeli kembali produk tersebut ketika konsumen membutuhkannya di waktu mendatang.

2. Motivasi

Motivasi ini menurut **(Prasetijo dan Ihalauf, 2005)** adalah dorongan atau keinginan yang lebih untuk memenuhi kebutuhan.

3. Ekspektasi

Menurut **(Prasetijo dan Ihalauf, 2005)**, ekspektasi merupakan suatu harapan terhadap suatu produk ataupun orang. Serta harapan ini dibentuk dari pengalaman dan informasi yang dilihat, didengar pada saat itu. Menjelaskan harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterima ketika ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk baik berupa barang atau jasa **(Huda dan Subagiyo, 2015)**.³



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kebutuhan

Menurut Sarlito (**W. Sarwono, 2010**) kebutuhan adalah kebutuhan sesaat ataupun tetap yang terdapat pada diri individu yang akan mempengaruhi persepsi individu tersebut. Sedangkan menurut (**Notoatmodjo, 2010**) kebutuhan adalah kebutuhan seseorang akan sesuatu yang akan menimbulkan stimulus yang menyebabkan penginterpretasian stimulus yang berbeda. Sehingga, suatu kebutuhan yang dihadapi oleh masing-masing individu berbeda maka menyebabkan persepsi yang ditimbulkan bagi tiap individu juga berbeda.

2.6.4 Indikator Niat Beli

Indikator yang digunakan didalam niat beli ada 3 yaitu :

1. Intensitas pencarian informasi.
2. Keinginan untuk mencari produk.
3. Memiliki preferensi bahwa produk tersebut yang diinginkan.

ketiga indikator tersebut diadopsi dari (**Durianto, 2001**).

2.7 Pandangan Islam Tentang Perilaku Konsumen

Perilaku Konsumen Muslim serta Etika Konsumsi dalam Ekonomi Islam Konsumsi adalah menggunakan atau menghabiskan nilai suatu barang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.7.1 Perilaku Konsumen Muslim

Perilaku konsumen merupakan suatu aktivitas manusia yang berkaitan dengan aktivitas membeli dan menggunakan produk barang dan jasa, dengan memperhatikan kaidah ajaran islam, dan berguna bagi kemaslahatan umat. Ciri-perilaku konsumen Muslim yaitu:

1. Seorang muslim dalam berkonsumsi didasarkan atas pemahaman bahwa kebutuhannya sebagai manusia terbatas. Seorang muslim akan mengkonsumsi pada tingkat wajar dan tidak berlebihan. Tingkat kepuasan berkonsumsi sebagai kebutuhan, bukan sebagai keinginan.
2. Suatu tingkat kepuasan tidak hanya di tentukan oleh jumlah satu atau dua pilihan, namun suatu tingkat kepuasan akan ditentukan oleh kemaslahatan yang dihasilkan.
3. Seorang muslim tidak akan mengkonsumsi barang-barang subhat apalagi barang-barang yang sudah jelas haramnya.
4. Seorang muslim tidak akan membelanjakan hartanya secara berlebihan, dan tidak akan membeli barang-barang diluar jangkauan penghasilannya.

2.7.2 Etika Konsumsi dalam Islam

Adapun etika konsumsi islam harus memperhatikan beberapa hal, diantaranya adalah:

1. Jenis barang yang dikonsumsi adalah baik dan halal (halalan thoyyiban).
Yang dimaksud halalan thayyiban disini ialah meliputi zat dan prosesnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Zat, artinya secara materi barang tersebut telah disebutkan dalam hukum syariah. Halal, dimana asal hukum makanan adalah boleh kecuali yang dilarang (**Q.S Al-Baqarah: 168-169, An-Nahl: 66-69**). Haram, dimana hanya beberapa jenis makanan yang dilarang seperti babi, darah (**Al-Baqarah: 173, Al-Maidah: 3, 90**). Proses, artinya dalam prosesnya telah memenuhi kaidah syariah, misalnya sebelum makan baca basmalah, selesai makan baca hamdalah, menggunakan tangan kanan dan bersih. Cara mendapatkannya tidak dilarang, misal riba (**Al-Imran: 130**), merampas (**An-Nissa': 6**), judi (**Al-Maidah: 91**), menipu, mengurangi timbangan, tidak menyebut asma Allah ketika menyembelih proses tercekik, dipukul, jatuh, ditanduk kecuali yang sempat disembelih sebelum matinya (**Al-Maidah: 3**).

2. Kuantitas barang yang dikonsumsi tidak berlebihan.

Islam mengharamkan sikap boros dan menghamburkan harta. Hal tersebut tersebut termasuk bentuk keseimbangan yang diperintah dalam Al-Qur'an yang mencerminkan sikap keadilan dalam konsumsi. Seperti yang disyariatkan dalam **QS Al-Isra' (17): 29**. Yang artinya :”Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada bundakmu dan janganlah kamu terlalu menguklurkan karena itu akan menjadikan kamu tercela dan menyesal”.

3. Kemanfaatan atau kegunaan barang yang dikonsumsi tidak berlebihan.

Dalam syariah, tidak ada larangan untuk melakukan kegiatan ekonomi selama bertujuan untuk sebuah kemaslahatan dan kehidupan yang layak. Namun, segala upaya yang dilakukan untuk meraih tujuan tersebut tidak boleh bertentangan dengan pemahaman dan nilai-nilai syariah. Dalam berkonsumsi,



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seorang muslim bisa memaksimalkan nilai utility yang ingin ia dapatkan dari sebuah komoditas dengan catatan tidak melampaui batas-batas yang telah ditentukan syariah.

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu(1)

NO	NAMA PENELITI	JUDUL PENELITIAN	VARIABEL	HASIL PENELITIAN
1	Debry Ch. A. Lintong Universitas Sam Ratulangi Vol.5 No.3 Jurnal manajemen bisnis dan inovasi Vol.5 No.3 November 2018, Hal 169-178	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat membeli online pada usaha kecil dan menengah di Manado (Studi pada Mahasiswa Merguruan Tinggi)	X1 : Sikap X2 : Norma Subjektif X3 : <i>Perceived Behavioral Control</i> Y : Niat Beli	Terdapat pengaruh positif dan signifikan Sikap, Norma Subjektif, terhadap Niat Beli membeli online Pada usaha kecil dan menengah di manado (studi pada mahasiswa perguruan tinggi)
2	Rahmad Tantawi, Husaini Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada Jurnal penelitian ekonomi akuntansi (jensi), vol. 1, no. 2, desember 2017	Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Keperilakuan terhadap Niat Konsumen Membeli Smartphone Blackberry	X1 : Sikap terhadap perilaku X2 : Norma Subjektif X3 : Kontrol Keperilakuan yang dirasakan Y : Niat Beli	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, niat konsumen memang dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel-variabel independen yaitu sikap, norma subjektif dan kontrol keperilakuan.
3	Azisah Nurul Khaerani, Nurjannatul Hasanah Universitas Borneo Tarakan Jurnal ekonomika volume IX No.2 Juni 2018	Pengaruh sikap, norma subjektif dan Persepsi Kontrol Perilaku terhadap niat beli produk pada UMKM center kota Tarakan	X1 : Sikap X2 : Norma Subjektif X3 : <i>Perceived Behavioral Control</i> Y : Niat Beli	Sikap, norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli produk pada UMKM Center, dan Persepsi Kontrol Perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli produk pada UMKM Center.
4	Nur Prihatiningsih	Pengaruh sikap, norma subjektif, dan persepsi	X1 : Sikap X2 : Norma	Penelitian menunjukkan bahwa



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lanjutan

	Universitas Muhammadiyah Surakarta Skripsi 2019	kontrol perilaku terhadap niat beli pada produk halal shampoo sariayu hijab care	Subjektif X3 : <i>Perceived Behavioral Control</i> Y : Niat Beli	sikap berpengaruh signifikan terhadap niat beli pada produk halal shampoo sariayu hijab care. norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap niat beli pada produk halal shampoo sariayu hijab care. sedangkan Persepsi Kontrol Perilaku berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen pada produk halal shampoo sariayu hijab care.
5	Sherly pangestika Klemens wedanaji prasastyo STIE Trisakti Jurnal bisnis dan akuntansi Vol. 19, No. 1a, November 2017, Issue 4, Hlm. 249-255	Pengaruh sikap, norma subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku yang dipersepsikan terhadap niat untuk membeli apartemen di DKI Jakarta	X1 : Sikap X2 : Norma Subjektif X3 : <i>Perceived Behavioral Control</i> Y : Niat Beli	sikap memiliki hubungan sedang positif terhadap niat pembelian, dan norma subjektif memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat konsumen untuk membeli apartemen dengan tingkat kepercayaan 95%.

Sumber : Penelitian Terdahulu

Adapun perbedaan penelitian penulis sekarang dengan penelitian terdahulu adalah dilihat dari lokasi dan tahun penelitian.

2.9 Variabel Penelitian

(Menurut Sugiyono, 2007) Variabel Penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut :

Variabel bebas (*variabel independent*), menurut (Sugiyono, 2011) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat). Dalam penelitian ini variabel bebasnya (*variabel independent*) adalah, sebagai berikut :

X1 = Sikap

X2 = Norma subjektif

X3 = Persepsi Kontrol Perilaku

Variabel terikat (*variabel dependent*), menurut (Sugiyono, 2011) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya (*variabel dependent*) adalah, sebagai berikut : Y = Niat Beli

2.10 Defenisi Konsep Operasional Penelitian

Variabel-variabel yang akan didefenisikan adalah semi variabel yang terkandung dalam hipotesis, yang bertujuan untuk memudahkan membuat kesimpulan. Adapun konsep operasional variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2.2

Defenisi Konsep Operasional Variabel Penelitian.....(1)

Variabel Penelitian	Defenisi	Indikator
Sikap (X1)	Nurofik (2003) Sikap terhadap perilaku merupakan konstruk yang menggabungkan antara keyakinan seseorang (<i>Behavioral Belief</i>) mengenai kemungkinan yang akan dihasilkan dari hasil	1. Keyakinan Produk (Komponen Kognitif) 2. Evaluasi produk (Komponen Afektif) 3. Perilaku membeli (Komponen Konatif) Sumber : (Muana, 2014)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lanjutan

Variabel Penelitian	Defenisi	Indikator
	perilaku dengan evaluasi outcome (<i>Evaluation Outcome</i>) tertentu dari hasil perilaku. Keyakinan individu (<i>Behavioral Belief</i>) sendiri berkaitan dengan kepercayaan akan suatu hal serta konsekuensi yang akan ditimbulkan ketika melakukan perilaku. Sedangkan evaluasi outcome (<i>Evaluation Outcome</i>) merupakan penilaian atau evaluasi terhadap suatu hal serta konsekuensinya, positif-negatif ataupun suka-tidak suka.	
Norma subjektif (X2)	Munir (2012) Norma subjektif merupakan persepsi seseorang yang akan mempengaruhi niat seseorang untuk melakukan tindakan, bisa dikatakan juga bahwa norma subjektif dapat menunjukkan sumber informasi utama yang menjadi acuan konsumen untuk melakukan tindakan pembelian.	1. Keyakinan Normatif (<i>Normatif Belief</i>) 2. Motivasi Mematuhi (<i>Motivation to Comply</i>) Sumber : (Angelina dan Japariato, 2014)
Persepsi Kontrol Perilaku (X3)	Muanas (2014) Persepsi Kontrol Perilaku adalah proses seorang individu memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi yang berasal dari lingkungan disekitarnya.	1. Pengalaman 2. Motivasi 3. Ekspektasi 4. Kebutuhan Sumber : (Prasetijo dan Ihalauw, 2005)
Niat Beli (Y)	Mowen (2007:43) (Ariyanti dkk 2014) , mengatakan bahwa niat beli adalah penentuan dari pembeli untuk melakukan suatu tindakan seperti membeli suatu produk dan jasa. Niat itu sendiri	1.Intensitas pencarian informasi 2.Keinginana untuk mencari produk 3.Memiliki preferensi bahwa produk tersebut yang diinginkan Sumber : (Durianto, 2001)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

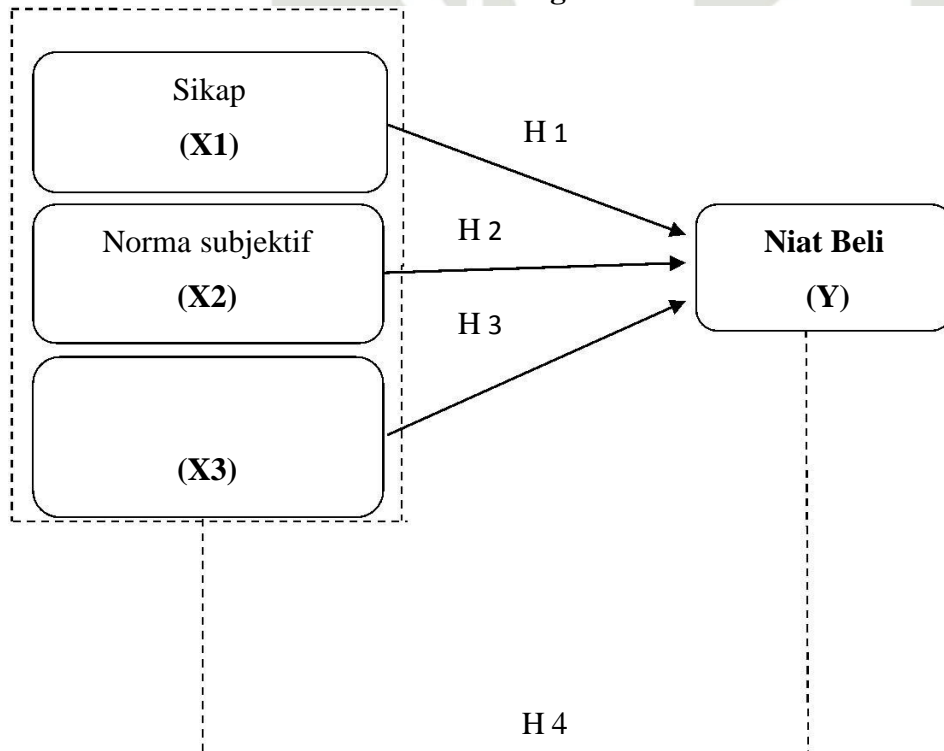
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Variabel Penelitian	Defenisi	Indikator
	merupakan gabungan dari kepercayaan dan sikap konsumen terhadap produk dan jasa.	

2.11 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dimaksudkan untuk menggambarkan paradigma penelitian sebagai jawaban atas masalah penelitian. Kerangka penelitian dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas yaitu Sikap, Norma subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku yang mempengaruhi variabel terikat Niat Beli. Peneliti dalam penelitian ini ingin melihat pengaruh Sikap, Norma subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Niat Beli pada produk Nenas di desa Rimbo Panjang terhadap generasi .

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keterangan :

- Pengaruh secara parsial
- Pengaruh secara simultan

Dari Gambar 2.1 dapat dijelaskan bahwa Sikap, Norma subjektif , dan Persepsi Kontrol Perilaku mempengaruhi Niat Beli secara parsial maupun simultan.

2.12 Hipotesis

Hipotesis merupakan hasil pemikiran rasional yang dilandasi oleh teori, dalil, hukum, dan sebagainya yang sudah ada sebelumnya. Hipotesis juga dapat berupa pernyataan yang menggambarkan atau memprediksi hubungan-hubungan tertentu di antara dua variabel atau lebih, yang kebenaran hubungan tersebut tunduk pada peluang untuk menyimpang dari kebenaran, (Sanusi, 2011).

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. H_0 = Diduga bahwa Sikap tidak berpengaruh secara parsial terhadap niat beli generasi milenial pada produk Nenas di desa Rimbo Panjang.
- H_1 = Diduga bahwa Sikap berpengaruh secara parsial terhadap niat beli generasi milenial pada produk Nenas di desa Rimbo Panjang .



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. H0 = Diduga bahwa Norma subjektif tidak berpengaruh secara parsial terhadap niat beli generasi milenial pada produk Nenas di desa Rimbo Panjang.
H2 = Diduga bahwa Norma subjektif berpengaruh secara parsial terhadap niat beli generasi milenial pada produk Nenas di desa Rimbo Panjang.
3. H0 = Diduga bahwa Persepsi Kontrol Perilaku tidak berpengaruh secara parsial terhadap niat beli generasi milenial pada produk Nenas di desa Rimbo Panjang.
H3 = Diduga bahwa Persepsi Kontrol Perilaku berpengaruh secara parsial terhadap niat beli generasi milenial pada produk Nenas di desa Rimbo Panjang.
4. H0 = Diduga bahwa Sikap, Norma Subjektif dan Persepsi Kontrol Perilaku tidak berpengaruh secara parsial terhadap niat beli generasi milenial pada produk Nenas di desa Rimbo Panjang.
H4 = Diduga bahwa Sikap, Norma Subjektif dan Persepsi Kontrol Perilaku berpengaruh secara parsial terhadap niat beli generasi milenial pada produk Nenas di desa Rimbo Panjang.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar - Riau. Lokasi ini dipilih karena ingin mengetahui tingkat niat beli konsumen terhadap produk Nenas di desa Rimbo Panjang dengan menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behavior* pada konsumen generasi milenial.

3.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini mulai dimulai pada bulan agustus 2019 dan selesainya penelitian pada bulan Mei 2020.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Dapat dikatakan sebagai metode kuantitatif dilihat dari penyajian hasil penelitian dalam bentuk angka-angka atau statistik. Metode kuantitatif dapat dartikan sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat *positivisme* yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, dimana pengumpulan datanya melalui instrumen penelitian dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan (Sugiyono, 2017).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.4 Populasi dan sampel

3.4.1 Populasi Penelitian

Menurut **(Harinaldi, 2005)** Populasi adalah kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji. Sedangkan menurut **(Arikunto, 2010)** menjelaskan bahwa populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. **(Sudjana, 2000)** Menjelaskan Populasi dapat dibedakan menjadi 2 antara lain :

1. Populasi tak terhingga, yaitu suatu populasi dimana obyeknya tak terhingga atau tidak terhitung jumlahnya.
2. Populasi terhingga, yaitu suatu populasi yang terhingga obyeknya atau dapat dihitung jumlahnya.

Pada penelitian ini penulis menggunakan populasi tidak terhingga, karena jumlah populasi tidak diketahui khususnya generasi milenial.

3.4.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi **(Sugiyono, 2013)**. Sampel diambil dari populasi, jika populasi besar maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari sebagian populasi berdasarkan teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian **(Sugiyono, 2013)**.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah generasi milenial. Milenial (juga dikenal sebagai Generasi Y, Gen Y atau Generasi Langgas) adalah kelompok demografi setelah Generasi X (Gen-X). Tidak ada batas waktu yang pasti untuk awal dan akhir dari kelompok ini. Para ahli dan peneliti biasanya menggunakan awal 1980-an sebagai awal kelahiran kelompok ini dan pertengahan tahun 1990-an hingga awal 2000-an sebagai akhir kelahiran.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Pencarian sampel dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). Selain menggunakan teknik *purposive sampling*, penelitian ini juga menggunakan teknik *Accidental Sampling*. (Ruslan, 2013) yang mengungkapkan bahwa, “Sampel aksidental ini adalah teknik penentuan sampel yang secara kebetulan dijumpai, atau siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang dapat dipergunakan sebagai sampel, jika dipandang orang kebetulan ditemui itu, maka hal tersebut cocok sebagai sumber data”.

Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti maka penelitian ini melakukan pengambilan sampel dengan menggunakan rumus *Unknown Populations*. Menurut (Riduwan, 2004). Menjelaskan bahwa “teknik pengambilan sampel apabila populasinya tidak diketahui secara pasti, digunakan teknik sampling kemudahan. Berdasarkan sampling kemudahan ini, peneliti



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyeleksi dengan menyaring kuesioner yang ada, apabila orang-orang tersebut diketahui”. Berdasarkan hal tersebut rumus yang digunakan untuk menentukan sampel jika populasinya tidak diketahui secara pasti adalah rumus *Unknown Populations*:

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

$Z_{\alpha/2}$ = Nilai standart luar normal standart bagaimana tingkat kepercayaan 95%

σ = Standar Deviasi

e = *Standart error* atau kesalahan yang dapat ditoleransi (5% = 0,05)

Perhitungan:

$$\begin{aligned} n &= \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2 \\ &= \left(\frac{1.96 \times 0.05}{0.05} \right)^2 \\ &= 15.36 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan sampel tersebut peneliti yakin dengan tingkat kepercayaan 95% bahwa sampel random berukuran 96,04. Melihat hasil tersebut maka untuk memudahkan penghitungan data, peneliti membulatkan jumlah sampel menjadi 100 sampel dengan memberikan selisih estimasi kurang dari 0,05.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.5 Data dan Sumber Data

Data merupakan sekumpulan informasi yang diperlukan untuk mengambil keputusan. Pada penelitian ini, data diperoleh dari:

3.5.1 Data primer

Menurut (Sanusi, 2013) data primer merupakan data pertama yang dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuisisioner yang dibagikan kepada sejumlah responden. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada generasi milenial.

3.5.2 Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia dan yang telah dikumpulkan oleh orang lain (Sanusi, 2013). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai literatur, jurnal, dan berbagai artikel-artikel terpercaya dari internet yang sesuai dengan penelitian.

3.6.1 Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Kuesioner

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner (angket), merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, (Sugiyono, 2014). Metode pengumpulan data ini yang dilakukan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan mengajukan lembaran angket yang berisi daftar pertanyaan kepada responden, yaitu pengaruh sikap, norma subjektif, dan Persepsi kontrol perilaku terhadap niat beli generasi milenial pada produk Nenas di desa Rimbo Panjang. Skala pengukuran yang digunakan adalah menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, (Sugiyono, 2014).

- | | | |
|----|---------------------------|----------|
| 1. | Sangat Setuju (SS) | = Skor 5 |
| 2. | Setuju (S) | = Skor 4 |
| 3. | Netral (N) | = Skor 3 |
| 4. | Kurang Setuju (TS) | = Skor 2 |
| 5. | Sangat Tidak Setuju (STS) | = Skor 1 |

3.6.2 Wawancara

Wawancara yaitu metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian. Menurut (Sugiyono, 2010), metode wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Sumber wawancara dalam penelitian ini adalah pelaku usaha produk Nenas di Desa Rimbo Panjang.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.7 Uji Kualitas Data

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid (sah) tidaknya pernyataan-pernyataan pada kuesioner. Suatu kuesioner dapat dinyatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner. Uji validitas dapat diukur dengan tiga cara. Dan salah satunya yaitu dengan uji analisis butir/korelasi (**Ghozali, 2011**).

Uji korelasi dapat dilihat pada output *Correlation*. Dibandingkan antara nilai *Correlation* dengan nilai dengan perhitungan R tabel. Apabila R hitung lebih besar dari R tabel dan nilainya positif maka pernyataan atau indikator dinyatakan valid (**Ghozali, 2011**).

3.7.2 Uji Reliabilitas

(**Ghozali, 2016**) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.. Reliabilitas diukur dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Dalam pengujian ini, peneliti mengukur reliabelnya suatu variabel dengan cara melihat *Cronbach Alpha* dengan signifikansi yang digunakan lebih besar dari 0.6 suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0.6 (**Nunnally dalam Ghozali, 2012**).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.8

Uji Asumsi Klasik

3.8.1

Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2016). Pengujian normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan uji Kolmogorov Smirnov. Apabila data hasil perhitungan one-sample Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai diatas 0,05, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya, apabila data hasil perhitungan one-sample Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai dibawah 0,05, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2016).

3.8.2

Uji Multikolinieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2016). Dalam penelitian ini, multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

multikolonieritas adalah nilai $Tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$ (Ghozali, 2016).

3.8.3 Uji Heterokedastisitas

Menurut (Ghozali, 2013) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3 Uji Autokorelasi

Autokorelasi yaitu suatu keadaan dimana terjadi korelasi antara residual tahun ini dengan tingkat kesalahan tahun sebelumnya. Uji Autokorelasi bertujuan untuk mengkaji apakah suatu model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode sebelumnya (1). Jika terjadi korelasi maka dinamakan penyakit autokorelasi. Tentu saja



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

model regresi yang baik adalah regresi yang terbebas dari autokorelasi (**Ghozali, 2016**).

Untuk mendeteksi adanya autokorelasi yaitu dengan cara menggunakan uji Durbin Watson (DW). Uji ini digunakan dengan cara membandingkan nilai Durbin Watson dengan table Durbin Watson. Dalam table Durbin Watson terdapat nilai batas atas (*upper bound* atau dU) dan nilai batas atas (*lower bound* atau dL). Menurut (**Ghozali, 2016**), adapun kriteria yang diberlakukan sebagai berikut:

Setelah itu membandingkan nilai statistik d dengan dL (*d Lower*) dan dU (*d Upper*) dari tabel sesuai ketentuan berikut:

1. Bila $d < dL$, berarti ada korelasi yang positif.
2. Bila $dL \leq d \leq dU$, berarti tidak dapat di ambil kesimpulan apa-apa.
3. Bila $dU \leq d \leq 4-dU$, berarti ada korelasi yang positif maupun negatif.
4. Bila $4-dU \leq d \leq 4-dL$, berarti tidak dapat di ambil kesimpulan apa-apa.
5. Bila $d > 4-dL$, berarti ada korelasi yang negatif.

3.9 Analisis Linier Berganda

Menurut (**Sugiyono, 2012**) dalam (**Runtunuwu dkk, 2014**) analisis linear berganda adalah analisis yang dilakukan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen .Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y).

Adapun bentuk model yang akan datang diuji dalam penelitian ini yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keterangan:

- Y : Niat Beli
- a : Konstanta
- b1b2 : Koefisien persamaan regresi predictor Variabel Bebas
- X1 : Sikap
- X2 : Norma subjektif
- X3 : Persepsi Kontrol Perilaku
- e : Standar Error

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen (X) penjelas secara parsial atau individual dalam menerangkan variabel dependen (Y). Dengan uji t ini maka dapat diketahui apakah masing-masing variabel sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh dengan variabel niat beli. Uji t dilakukan dengan cara membandingkan perbedaan antara nilai dua nilai rata-rata dengan standar error dari perbedaan rata-rata dua sampel (Ghozali, 2011).

Pada uji statistik t, nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , dengan kriteria sebagai berikut: apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau probabilitas $<$ tingkat signifikan ($Sig < 0,05$), maka H_a diterima dan H_o ditolak, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Dan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau probabilitas $<$ tingkat signifikan ($Sig < 0,05$), maka H_a ditolak dan H_o



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.10.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F mengukur *goodness of fit*, yaitu ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual. Jika nilai signifikansi $F < 0,05$, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel independen. Uji statistik F juga menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji statistik F mempunyai signifikansi 0,05 (Ghozali, 2016). Kriteria pengujian hipotesis dengan menggunakan statistik F adalah jika nilai signifikansi $F < 0,05$, maka hipotesis alternatif diterima, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan dan signifikan mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2016).

3.11 Koefisien korelasi (Uji R) dan Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien korelasi digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Semakin besar nilai koefisien korelasi, menunjukkan semakin eratnya hubungan antara variabel, dan sebaliknya. (Suharyadi dan purwanto, 2009)

Menurut Ghozali (2012) koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai R^2 yang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

Untuk menentukan keeratan dari hubungan atau korelasi antar variabel, dapat di lihat pada ketentuan di bawah ini:

1. $0 < R \leq 0,10$, Korelasi sangat rendah/lemah sekali.
2. $0,20 < R \leq 0,40$, Korelasi rendah/lemah tapi pasti.
3. $0,40 < R \leq 0,70$, Korelasi yang cukup berarti.
4. $0,70 < R \leq 0,90$, Korelasi yang tinggi, kuat.
5. $0,90 < R \leq 1,00$, Korelasi sangat tinggi, kuat sekali, dapat diandalkan.
6. $R = 1$, Korelasi Sempurna.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Profil Desa Rimbo Panjang

Desa Rimbo Panjang adalah sebuah desa di Kecamatan Tambang yang sekarang berbatasan langsung dengan kota Pekanbaru. Desa Rimbo Panjang yang membentang jalan raya Pekanbaru-Bangkinang lebih kurang 10 KM persegi. Pada awalnya Desa Rimbo Panjang adalah daerah hutan dan rimba yang mulai ditempati oleh masyarakat yang berasal dari Sumatra Barat pada tahun 1951 yang Cuma ditempati oleh hanya beberapa kepala keluarga. Dulunya adalah sudah kosong atau dusun dalam desa Tambang yang dikepalai oleh Bapak Djanah.

Penduduk Desa Rimbo Panjang awalnya berasal dari Sumatera Barat khususnya Padang Pariaman, yang pergi ke Desa Rimbo Panjang untuk mengambil kayu sekitar tahun 1952-an. Namun waktu itu masyarakat yang datang tidak menetap dalam jangka 3-4 bulan kembali ke Sumatera Barat. Setelah peristiwa PPRI pada tahun 1959 masyarakat mulai menetap di Rimbo Panjang. Di tahun tersebut masyarakat mulai pulang bermamak dengan Mamak Tambang dari suku Domo. Menurut penuturan salah satu tokoh masyarakat yang ada di Rimbo Panjang, untuk dapat memanfaatkan tanah untuk berkebun yang ada di Desa Rimbo Panjang mereka harus izin dan meminta pada Ninik Mamak Tambang. Setelah mendapatkan izin dari Ninik Mamak Tambang, pada tahun 1959 masyarakat mulai berkebun nanas.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nama Rimbo Panjang, menurut tokoh masyarakat, walau masih simpang siur, awalnya merupakan nama sebutan, ketika itu ada pedagang dari Kampar yang berdagang pisang di Rimbo Panjang. Setiap berdagang, mereka ditunggu oleh monyet, dan saat pedagang tersebut ditanya, *dimana kamu berdagang yang ditunggu oleh monyet*, pedagang tersebut mengatakan saya berdagang di rimba dan rimbanya panjang, maka dari sana mulai muncul sebutan Rimbo Panjang.

Seiring dengan waktu dan sudah mulai banyaknya ditempati oleh warga dari sumatra barat maka pada tahun 1971 diusulkan menjadi desa muda sampai tahun 1971 diusulkan menjadi desa muda sampai tahun 1974 yang dipimpin oleh bapak Abdul Malik Yusuf, kemudian pada tahun 1979 diusulkan menjadi desa definitif sampai dengan sekarang. Selama kurun waktu tersebut sudah dipimpin oleh 4 kepala Desa yaitu Abdul Malik Yusuf, Dasrul AR, Masril, Zalka Putra dan Heri sampai dengan sekarang.

Rimbo Panjang adalah sebuah desa yang kehidupan masyarakat adalah pertanian dan buruh harian. Hasil pertanian yang paling terkenal dan menjadi buah segar unggulan kampar yaitu nenas. Di sampaing itu ada juga karet dan sawit. Tapi sekarang sudah mulai agak bergeser menjadi daerah pemukiman dan daerah industri sesuai dengan visi dan misi yaitu menjadikan rimbo panjang sebagai satelitnya kota pekanbaru yang berbasis pertanian, industri, berazaskan iman dan taqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa pada tahun 2018. Sedangkan Misi Desa Rimbo Panjang adalah:

1. Mengembangkan dan meningkatkan hasil pertanian masyarakat
2. Pembuatan sarana jalan usaha tani dan peningkatan jalan lingkungan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Pembangunan sarana pendidikan
4. Pembangunan sarana ibadah dan sekolah MDA.
5. Perbaikan pengairan.
6. Pembinaan untuk generasi muda.
7. Mempermudah izin usaha .
8. Meningkatkan keterampilan dan kualitas SDM masyarakat.
9. Pengadaan permodalan untuk usaha kecil, memperluas lapangan kerja dan manajemen usaha masyarakat.
10. Peningkatan kapasitas aparat Desa BPD.
11. Peningkatan sarana dan prasarana kerja aparat Desa.
12. Keadaan demografis Desa Rimbo Panjang terletak di dalam wilayah .

Tabel 4.1 Sejarah Perkembangan Desa

Tahun	Kejadian yang baik	Kejadian buruk
1951	Awal warga masuk ke desa rimbo panjang terbentuknya korong / dusun dari desa Tambang	Banyak warga yang pindah karena banyak binatang buas
1971	Diusulkan menjadi desa muda sampai tahun 1974	
1979	Menjadi desa Difinitif	
1981	Di bangun kantor desa di atas tanah yang di hibahkan oleh bapak Syamsudin	

Sumber : Profil Desa Rimbo Panjang , 2018

4.2 Demografi Desa Rimbo Panjang

Penduduk dan perkembangannya pada suatu daerah dari waktu ke waktu dapat disebabkan oleh dua faktor yaitu kelahiran atau terjadinya suatu proses



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penurunan tingkat kematian yang tidak diikuti oleh perbedaan antara tingkat kelahiran dan tingkat kematian. Faktor lain adalah migrasi yaitu: perpindahan penduduk dari suatu Negara ke Negara lain atau daerah. Demikian juga halnya dengan daerah Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang perkembangan penduduknya juga tidak lepas dari factor-faktor kelahiran dan migrasi.

Penduduk merupakan salah satu faktor yang penting dalam wilayah. Oleh karena itu dalam proses pembangunan, penduduk merupakan modal dasar bagi pembangunan suatu bangsa. Untuk itu tingkat perkembangan penduduk sangat penting diketahui dalam menentukan langkah pembangunan berdasarkan profil desa 2018 di Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang dapat dilihat pada table secara keseluruhan berjumlah 8.526 jiwa.

Saat ini terdapat 13 pokmas yang berdomisili di desa Rimbo Panjang yang bergerak di bidang perkebunan dan penjualan nenas. **(Profil Desa Rimbo Panjang, 2018).**

Desa Rimbo Panjang terletak di dalam wilayah Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau yang berbatasan dengan :

1. Daerah Utara berbatasan dengan Desa Karya Indah
2. Sebelah Timur berbatasan dengan Pekanbaru
3. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Kualu Nenas

Luas wilayah desa rimbo panjang adalah 9000 Ha, yang sebagian besar merupakan lahan pertanian dan perkebunan iklim desa Rimbo Panjang mempunyai musim kemarau dan penghujan yang juga mempengaruhi pola pertanian yang ada di Desa Rimbo Panjang.

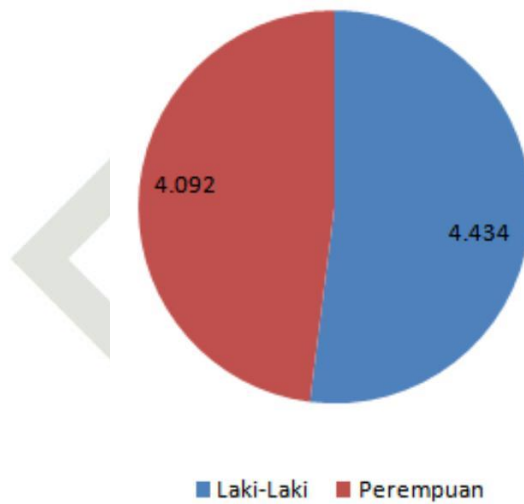
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Data Umum Penduduk Desa Rimbo Panjang

Jumlah penduduk Desa Rimbo Panjang pada tahun 2018 adalah 8.526 jiwa, yang terdiri penduduk laki – laki sebanyak 4.434 Jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 4.092 jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah laki-laki lebih banyak 7,71 persen dibanding jumlah penduduk perempuan. Desa Rimbo Panjang terdiri dari 2.098 KK.

Gambar 4.1 Grafik Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Profil Desa Rimbo Panjang

Sementara, dilihat dari tingkat kesejahteraan keluarga yang ada di Desa Rimbo Panjang (Undang - Undang No 52 Tahun 2009 tentang Perkembangan kependudukan dan pembangunan keluarga), mayoritas (55%) berada di tingkat Keluarga Sejahtera 1, yaitu keluarga yang dapat memenuhi kebutuhan dasarnya. Secara lebih lengkap, berikut jumlah keluarga pra sejahtera dan keluarga sejahtera di Desa Rimbo Panjang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

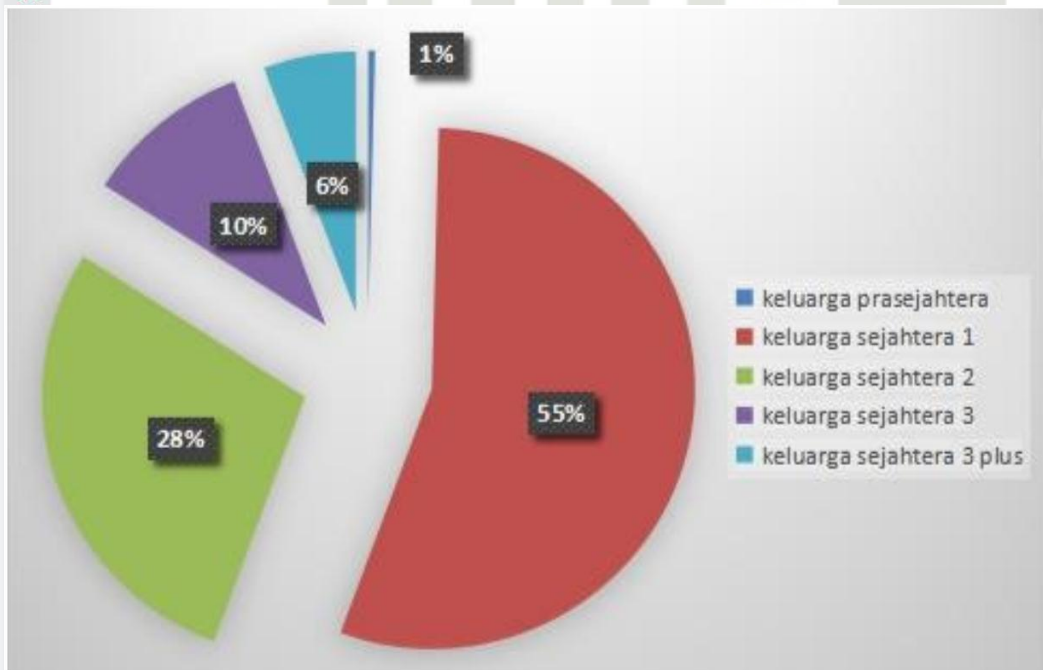
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 4.2 Jumlah Keluarga Prasejahtera dan Sejahtera

No	Kategori	Jumlah
1	Jumlah keluarga prasejahtera	129 keluarga
2	Jumlah keluarga sejahtera 1	1.091 keluarga
3	Jumlah keluarga sejahtera 2	561 keluarga
4	Jumlah keluarga sejahtera 3	203 keluarga
5	Jumlah keluarga sejahtera 3 plus	112 keluarga
6	Total jumlah kepala keluarga	2.098 keluarga

Sumber: Profil Desa Rimbo Panjang

Gambar 4.2 Grafik Jumlah Prasejahtera dan Sejahtera



Sumber: Profil Desa Rimbo Panjang

4.1 Laju Pertumbuhan Penduduk Desa Rimbo Panjang

Laju pertumbuhan penduduk Desa Rimbo Panjang dari tahun 2016 ke 2018 mengalami fluktuasi. Pada tahun 2016 ke 2017 mengalami kenaikan sebanyak 109 jiwa. Sedangkan pada tahun berikutnya mengalami penurunan sebanyak 1 jiwa, dari total 8.527 menjadi 8.526.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 4.3 Jumlah Total penduduk Desa Rimbo Panjang

2016	2017	2018
8418 Jiwa	8.527 Jiwa	8.526 Jiwa

Sumber: Profil Desa Rimbo Panjang, 2018

4.3 Tingkat Pendapatan Warga Desa Rimbo Panjang

Pendapatan masyarakat merupakan jumlah penghasilan yang diterima oleh masyarakat atas prestasi kerjanya selama satu periode waktu tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan. Pada tahun 1990an, pabrik beton mulai masuk ke desa, dan merubah struktur masyarakat.

Sebelumnya, warga Rimbo Panjang merupakan petani/pekebun. Namun ketika pabrik masuk, mulai bermunculan mata pencaharian baru, yaitu karyawan dan pedagang. Empat puluh persen warga Rimbo Panjang beralih menjadi karyawan pabrik. Pedagang mulai bermunculan, sebanyak 5% yang menjual hasil produk pertanian, usaha produksi dan pengolahan hasil pertanian pasca panen, memasarkan produk untuk pemenuhan kebutuhan harian warga, serta kegiatan usaha lainnya. Selain itu juga terdapat sebagian kecil masyarakat yang menjalani mata pencaharian di sektor formal dengan menjadi Pegawai Negeri Sipil (PNS). Untuk lebih jelas mengenai komposisi mata pencaharian warga Desa Rimbo Panjang dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Tabel 4.4 Pekerjaan Masyarakat Berdasarkan jumlah KK

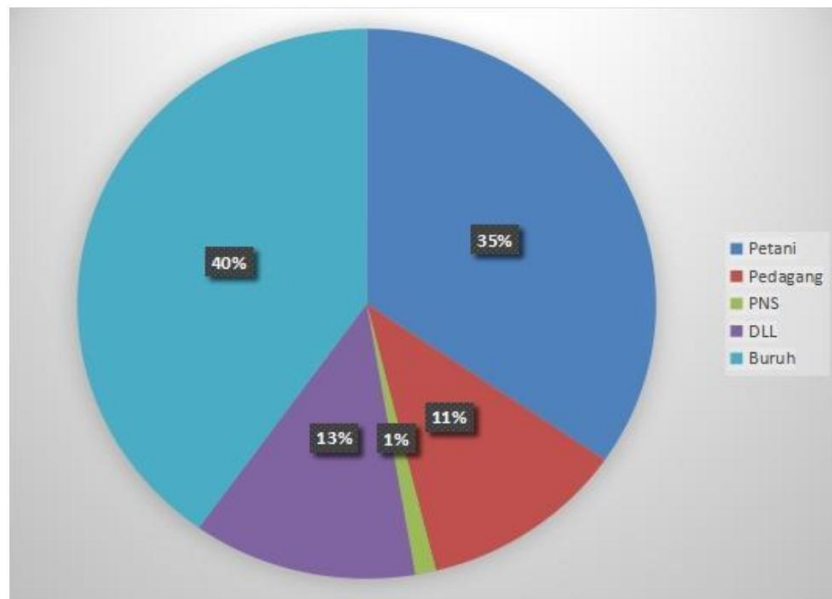
Petani	Pedagang	PNS	Buruh	Lainnya
450 KK	150 KK	15 KK	522 KK	163 KK

Sumber : Profil Desa Rimbo Panjang, 2018

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 4.3 Diagram Pekerjaan Masyarakat berdasarkan KK



Sumber : Sumber : Profil Desa Rimbo Panjang, 2018

Sektor pertanian adalah bagian yang integral dengan sistem masyarakat Desa Rimbo Panjang. Walau bukan menjadi mayoritas pekerjaan masyarakat, tetapi pekerjaan sebagai petani/pekebun tidak lepas dari sejarah desa. Dimana awal dari terbentuknya desa, mayoritas secara keseluruhan adalah petani. Menurut UU Nomor 19 Tahun 2013 tentang “Perlindungan dan Pemberdayaan Petani“, Pasal 1 Ayat 5 menyebutkan bahwa pertanian adalah kegiatan mengelola sumber daya alam hayati dengan bantuan teknologi, modal, tenaga kerja dan manajemen untuk menghasilkan komoditas pertanian yang mencakup tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, dan atau peternakan dalam satu agro-ekosistem, sementara petani merupakan warga negara Indonesia perorangan dan atau berserta keluarganya yang melakukan usaha tani di bidang tanaman pangan, hortikultura, perkebunan dan atau peternakan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Secara umum masyarakat Rimbo Panjang yang bekerja di sektor pertanian.

Rata - rata komoditasnya adalah nanas, sawit serta karet dan hortikultura berupa sayur mayur. Tanaman nanas merupakan komoditas pertanian unggulan di Desa Rimbo Panjang. Berdasarkan penuturan masyarakat tanaman nanas dengan media tanam lahan gambut menjadi komoditas pertanian yang sudah lama dibudidayakan sejak tahun 1970-an.

Dengan kondisi keasaman tanah yang tinggi yang merupakan karakter lahan gambut, nanas dapat tumbuh dengan baik karena nanas merupakan salah satu tanaman yang tahan terhadap masam. Untuk pembudidayaan awal tanaman nanas, sejak mulai ditanam hingga dapat dipanen saat tanaman sudah berumur delapan bulan, kemudian panen simultan dilakukan rata - rata sebulan dua kali, atau kira-kira 15 hari sekali panen. Dalam setiap satu hektarnya dibutuhkan 10.000 bibit dengan jarak tanam setengah meter. Bibit tersebut pada panen pertama kali bisa mendapatkan 100 jinjit (dalam satu jinjit ada sekitar 2 buah nanas untuk ukuran yang besar dan 3 buah nanas untuk ukuran yang kecil). Untuk panen berikutnya dalam jarak waktu dua minggu dari panen yang pertama kali bisa mendapatkan 200 jinjit. Ini terjadi karena setelah panen pertama kali, tangkai buah dapat bercabang dari dua hingga 3 cabang. Dalam satu jinjit harga yang dijual dari petani Rp 8.000. Berikut adalah tahapan budidaya tanaman nanas.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Industri dan Pengolahan di Desa Rimbo Panjang

Di Desa Rimbo Panjang terdapat agroindustri berbahan baku nenas yaitu keripik nenas, sirup nenas, wajik nenas dan dodol nenas, yang menjadi industri kecil menengah, dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel 4.5 Data Industri Kecil Menengah (IKM) Tahun 2018

No	Badan usaha	Nama Usaha	Alamat Produksi	Jenis Produksi	Nilai Investasi	Nilai Produksi
1	Rumah Tangga	Keripik Nenas Natasyah	RT 001 RW 002 Dusun II	Olahan Hasil Pertanian	20.000.000	12.000.000
2	Rumah Tangga	Keripik Mama Indah	RT 001 RW 002 Dusun III	Olahan Hasil Pertanian	25.000.000	10.000.000
3	Rumah Tangga	R-VY	RT 001 RW 002 Dusun I	Ongol-ongol dan Jus Nenas	2.000.000	3.000.000
4	Rumah Tangga	Sirup Nenas Asli	RT 001 RW 001 Dusun I	Sirup Nenas	400.000	600.000
5	Rumah Tangga	Dodol dan Stik Nenas AKB	RT 001 RW 002 Dusun III	Dodol, selai, dan Stik Nenas	150.000	300.000

Sumber: Profil Desa Rimbo Panjang, 2018

Sirup nenas dan keripik nenas merupakan produk olahan yang paling banyak dikembangkan oleh pengrajin pengolahan nenas di Desa Rimbo Panjang. Umumnya merupakan industri rumah tangga dan padat karya, sehingga jumlah pengusaha pengolahan nenas yang berada di daerah ini dapat mempengaruhi juga pada penyerapan tenaga kerja, yang juga menjadi salah satu peningkatan pendapatan warga yang berimplikasi pada meningkatkan kesejahteraannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, pembahasan, analisis data pada bab sebelumnya, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji secara parsial (t), diketahui bahwa variabel sikap (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli generasi milenial pada produk Nenas di Desa Rimbo Panjang.
2. Berdasarkan uji secara parsial (t), diketahui bahwa variabel norma subjektif (X2) berpengaruh signifikan terhadap niat beli generasi milenial pada produk Nenas di Desa Rimbo Panjang.
3. Berdasarkan uji secara parsial (t), diketahui bahwa variabel persepsi kontrol perilaku (X3) berpengaruh signifikan terhadap niat beli generasi milenial pada produk Nenas di Desa Rimbo Panjang.
4. Berdasarkan uji F, diperoleh variabel independen (sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (niat beli).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5.

6.2

1.

2.

Diketahui R Square menunjukkan bahwa variabel sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 67,8 % terhadap niat beli, sedangkan sisanya sebesar 32,2 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Pelaku usaha Nenas di Desa Rimbo Panjang hendaknya memperhatikan agar persepsi konsumen generasi milenial terhadap produk Nenas di Desa Rimbo Panjang muncul sebaik mungkin. Dengan langkah memberikan dorongan untuk melakukan perilaku niat beli baik melalui promosi ataupun strategi pemasaran yang di terapkan oleh pelaku usaha, kemudian mewujudkan harapan konsumen generasi milenial setelah membeli produk dan menjadikan produk tersebut sebagai produk yang disukai generasi milenial. Dengan tercapainya beberapa hal tersebut, dapat mendorong munculnya niat beli generasi milenial untuk membeli Nenas di Desa Rimbo Panjang.

Pelaku usaha Nenas di Desa Rimbo Panjang perlu melakukan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik generasi milenial, seperti yang kita ketahui generasi milenial merupakan generasi yang suka kepada hal yang instan , cepat jenuh terhadap sesuatu dan mereka lebih suka iklan dengan tema yang kekinian .

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.

Peneliti selanjutnya hendaknya menambahkan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Peneliti menyarankan untuk menambahkan variabel untuk penelitian selanjutnya. Dan untuk penyebaran kuesioner hendaknya dilakukan dengan 1 metode saja, bisa melalui kuesioner kertas yang dibagikan langsung kepada responden semua atau membagikan link kepada semua responden.





DAFTAR PUSTAKA

- Al-qur'an dan terjemahan*, 2014, Jakarta : Departemen Agama RI.
- Ajzen, I. 2001. Nature and Operation of Attitudes. *Annual Review of Psychology*, 52, 27–58.
- Anggelina, J., & Japariato, E. 2014. *Analisis Pengaruh Sikap , Subjective Norm dan Perceived Behavioral Control Terhadap Purchase Intention Pelanggan SOGO Department Store di Tunjungan Plaza Surabaya*. Jurnal Strategi Pemasaran, 2 (1), 1–7.
- Anggreini, I. D. 2013. *Pengaruh Sikap Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Konsumen Obyek Agrowisata Pagilaran Di Kabupaten Batang*.
- Badan Pusat Statistik Jakarta Pusat , 2017. *Statistik Indonesia Tahun 2017*. Jakarta
- Binalay, A. G., Mandey, S. L., & Mintardjo, & C. M. O. 2016. *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Motivasi Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Manado*. Jurnal EMBA. Vol 4(1), 395–406.
- Deni Darmawan. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT. RemajaRosdakarya Offset), hal. 146
- Harinaldi, M.Eng. 2005 *Prinsip-Prinsip Statistik untuk Teknik dan Sains*, (Jakarta: Penerbit Erlangga), hal. 3
- Haro, Andrian. (2015). *Anteseden Dari Minat Pembelian Produk Shampo Natural Dan Organik*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI). Vol. 6, No. 1.
- Harlina, S. 2009. *Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Dan Kontrol Keperilakuan Terhadap Niat Membeli Handphone Merek Nokia, III*, 38–59.
- Jogiyanto, H. 2007. *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Khaerani, Azisah Nurul, 2018. "Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Produk Pada Umkm Center Kota Tarakan." Jurnal Ekonomika 9.2 .
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2013. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Indeks.
- Lantong, d. C. A. 2018. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Membeli Online Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Manado (studi*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pada mahasiswa perguruan tinggi). Jmbi unsrat (jurnal ilmiah manajemen bisnis dan inovasi universitas sam ratulangi)., 5.3.

Muanas, A. 2014. *Perilaku Konsumen (Pertama)*. Yogyakarta: CV Gerbang Media Aksara.

Munir, M. 2012. *Pengaruh Sikap Konsumen Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Beli Produk Sepeda Motor Yamaha "Scorpio" Di Surabaya*, Jurnal Cendekia Vol. 1.

Novita Lusiana, Rika Andriyani, Miratu Megasari. 2015. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kebidanan*, (Yogyakarta: Deepublish), hal. 38.

Narofik. 2003. *Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Dan Kontrol Perilaku Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial*. Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia, Vol 17 No , 43-56

Pangestika, s., & prasastyo, k. W. 2017. *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Yang Dipersepsikan Terhadap Niat Untuk Membeli Apartemen Di Dki Jakarta*. Jurnal bisnis dan akuntansi, 19 (1a-4), 249-255.

Prasetijo, R., & Ihalaui. 2005. *Perilaku Konsumen* (1st ed.). Yogyakarta: ANDI.

Prihatiningsih, n., septi, k. P., & se, m. 2019. *Halaman Judul Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Pada Produk Halal Shampoo Sariayu Hijab Care* (Doctoral Dissertation, IAIN Surakarta).

Riduwan, 2006. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, (Bandung: Alfabeta), hal. 66

Seroji, A., Maskur, A., & Tjahjaningsih, E. 2015. "Pengaruh Norma Subjektif Dan Kontrol Prilaku Yang Dipersepsikan Terhadap Niat Pinjam Kur Mikro (Studi Pada Nasabah Bri Di Pati) Abstrak". Proceeding SENDI_U, (Seminar Nasional Multi Disiplin dan Call For Papers), 978–979.

Saeroji, A., Maskur, A., & Tjahjaningsih, E. 2015. *Pengaruh Norma Subjektif Dan Kontrol Prilaku Yang Dipersepsikan Terhadap Niat Pinjam Kur Mikro (Studi Pada Nasabah Bri Di Pati) Abstrak*. Proceeding SENDI_U, (Seminar Nasional Multi Disiplin dan Call For Papers), 978–979.

SR, Nurmansyah. 2018. *"Pengantar Manajemen Pemasaran"*. Pekanbaru : Unilak Press.

Sudjana. 2000. "Metode Statistika, (Bandung: Tarsito) hal. 73



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV. Alfabeta), hal. 77
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi: Mixed Methods*, (Bandung: Alfabeta), hal.121-125
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Dan Pengembangan (Research and Development/ R&D)*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung : Penerbit Alfabeta) Hlm.81.
- Suharsimi Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta), hal. 173
- Suparno, Chandra. (2017). *Anteseden Niat Untuk Memilih Jasa Halal Beauty Center: Aplikasi Theory Of Planned Behavior Dan Peran Religiusitas*. Media Ekonomi Dan Manajemen Vol. 32 No. 1.
- Tantawi, R., & Husaini, H. 2017. *Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Keperilakuan terhadap Niat Konsumen Membeli Smartphone Blackberry*. *JENSI (Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi)*, 1(2), 161-174.
- Wahyuni, D., Basri, H., & Shabri, &. 2017. *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Perceived Behavioral*. *Jurnal Megister Akuntansi*, Volume 6(July 2018), 1– 11.
- www.bps.go.id diakses pada tanggal 15 April 2020 pukul 22.34 WIB
- www.bps.go.id diakses pada tanggal 22 Februari 2020 pukul 23.40 WIB



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

LEMBAR KUESIONER

Kepada

Generasi Milenial yang terhormat

Milenial (juga dikenal sebagai Generasi Y, Gen Y atau Generasi Langgas) adalah kelompok demografi setelah Generasi X (Gen-X). Tidak ada batas waktu yang pasti untuk awal dan akhir dari kelompok ini. Para ahli dan peneliti biasanya menggunakan awal 1980-an sebagai awal kelahiran kelompok ini dan pertengahan tahun 1990-an hingga awal 2000-an sebagai akhir kelahiran.

Dalam rangka pelaksanaan penelitian untuk skripsi dengan judul “**Analisis Niat Beli Generasi Milenial Terhadap Produk Nenas Di Desa Rimbo Panjang**” pada prodi S1 Manajemen Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Untuk mendapatkan data penelitian yang diperlukan, Saya mohon partisipasi kepada generasi milenial untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Jawaban yang diberikan dan identitas dijamin kerahasiaannya. Atas bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

OKTAVARIDO
NIM. 11671102110



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Identitas Responden

Nama* :

Jenis kelamin :

() pria

() wanita

Apakah anda lahir pada tahun 1980 keatas, tahun 1990 keatas dan 2000

keatas. jika iya silahkan centang pilihan dibawah ini :

() lahir pada tahun 1980 keatas

() lahir pada tahun 1990 keatas

() lahir tahun 2000 keatas

B. Keterangan Cara Pengisian Kuesioner

Mohon untuk memberikan tanda (√) pada setiap pernyataan yang Anda

pilih. Keterangan:

SS	: Sangat Setuju
S	: Setuju
N	: Netral
TS	: Tidak Setuju
STS	: Sangat Tidak Setuju



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pernyataan

Variabel Sikap (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya pernah membeli nenas di desa rimbo panjang.					
2.	Saya mengetahui tentang nenas di desa Rimbo Panjang dari orang terdekat saya					
3.	Saya membeli nenas di desa Rimbo Panjang karena sudah membeli sebelumnya					
4.	Saya sudah lama mengetahui nenas di desa rimbo panjang.					
5.	Saya membeli nenas karena saya menyukai nenas di desa Rimbo Panjang.					
6.	Saya akan membeli kembali nenas di desa Rimbo Panjang.					

2. Variabel Norma Subjektif (X₂)

No.	Pernyataan ²	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya membeli nenas di desa Rimbo Panjang karena direkomendasikan oleh orang terdekat saya.					
2.	Saya membeli nenas di desa Rimbo Panjang karena diyakinkan oleh orang terdekat saya.					
3.	Saya membeli nenas di desa Rimbo Panjang atas keyakinan saya sendiri.					

3. Variabel Perilaku Kontrol (X₃)

No.	Pernyataan ³	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya membeli nenas di desa Rimbo Panjang karena saya pernah membeli sebelumnya.					
2.	Saya membeli nenas di desa rimbo panjang karena saya percaya nenas di desa rimbo panjang.					
3.	Orang terdekat saya menyarankan membeli nenas di desa Rimbo Panjang untuk dijadikan oleh-oleh.					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.	Saya membeli nenas di desa Rimbo Panjang karena orang banyak membeli nenas di desa Rimbo Panjang.				
5.	Nenas di desa Rimbo Panjang dekat dari tempat tinggal saya.				
6.	Jarak tidak menjadi penghalang bagi saya untuk membeli nenas di desa Rimbo Panjang.				
7.	Saya membeli nenas di desa Rimbo Panjang karena saya membutuhkannya.				

4 sk a

Variabel Niat Beli (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Informasi nenas di desa Rimbo Panjang sangat jelas.					
2.	Saya percaya diri membeli nenas di desa rimbo panjang.					
3.	Saya ingin segera mencari nenas di desa rimbo panjang.					
4.	Saya ingin segera membeli nenas di desa rimbo panjang.					
5.	Saya yakin ingin membeli nenas di desa rimbo panjang.					
6.	Saya ingin terus membeli nenas di desa rimbo panjang.					



Lampiran 2 : Kartu Bimbingan Skripsi

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA : OKTAVARIDO
NIM/SMT : 11671102110/DELAPAN (VIII)
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS NIAT BELI GENERASI MILENIAL TERHADAP PRODUK NENAS DI DESA RIMBO PANJANG

No.	Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	5 Mei 2020	Konsultasi Indikator Variabel	<i>Risa</i>
2	6 Mei 2020	Perbaikan Indikator Variabel	<i>Risa</i>
3	9 Mei 2020	Acc Indikator Variabel	<i>Risa</i>
4	10 Mei 2020	Konsultasi Kuesioner Penelitian	<i>Risa</i>
5	11 Mei 2020	Perbaikan Kuesioner Penelitian	<i>Risa</i>
6	13 Mei 2020	Acc Kuesioner Penelitian	<i>Risa</i>
7	14 Mei 2020	Konsultasi Bab I-III	<i>Risa</i>
8	16 Mei 2020	Perbaikan Bab I-III	<i>Risa</i>
9	19 Mei 2020	Acc Bab I-III	<i>Risa</i>
10	19 Juni 2020	Konsultasi Bab IV-VI	<i>Risa</i>
11	20 Juni 2020	Perbaikan Bab IV-VI	<i>Risa</i>
12	1 Juli 2020	Acc Bab IV-VI	<i>Risa</i>
13	1 Juli 2020	Acc Skripsi untuk diujikan	<i>Risa</i>

Pekanbaru, 02 Juli 2020

HARIZA HASYIM, SE, M.Si
 NIP. 197609102009012003

Lampiran 3. Tabulasi Data Penelitian

No. Responden	Sikap (X1)						TOTAL X1	Norma Subjektif (X2)			TOTAL X2	Perilaku Kontrol (X3)							TOTAL X3	Niat Beli (Y)						TOTAL Y1
	Pernyataan							Pernyataan				Pernyataan								Pernyataan						
	1	2	3	4	5	6		1	2	3		1	2	3	4	5	6	7		1	2	3	4	5	6	
1	4	5	4	5	4	4	26	4	4	5	13	4	4	5	4	5	4	4	30	4	4	4	4	4	4	24
2	2	2	1	1	3	1	10	1	2	2	5	1	1	4	3	2	1	3	15	1	3	2	2	2	1	11
3	5	4	5	4	5	5	28	5	5	4	14	5	5	4	5	4	4	5	32	5	5	4	5	4	4	27
4	3	4	4	4	5	4	24	4	4	5	13	4	5	5	4	5	4	4	31	4	4	5	4	5	4	26
5	3	3	3	4	4	3	20	3	3	3	9	3	3	3	3	4	4	4	24	2	3	4	4	4	3	20
6	2	2	2	3	3	2	14	2	2	3	7	3	2	2	2	1	3	3	16	3	2	3	3	2	3	16
7	1	2	2	2	2	2	11	2	2	3	7	2	2	2	3	1	1	3	14	2	2	3	3	3	3	16
8	3	3	3	3	3	3	18	4	3	4	11	4	3	4	3	4	4	3	25	4	3	3	4	3	4	21
9	1	1	3	1	5	4	15	3	5	5	13	2	5	5	2	1	3	2	20	3	2	5	4	3	3	20
10	3	4	3	4	3	3	20	2	2	3	7	3	3	4	3	2	3	4	22	3	2	3	2	2	2	14
11	2	3	2	1	3	3	14	2	3	2	7	2	3	3	3	3	2	2	18	3	3	3	3	3	3	18
12	2	1	2	1	2	1	9	1	2	1	4	2	1	2	1	2	2	2	12	2	2	3	2	3	3	15
13	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
14	5	5	5	2	5	3	25	3	3	2	8	5	2	3	3	3	3	3	22	2	2	3	3	3	3	16
15	3	4	3	4	3	3	20	2	2	3	7	3	3	4	3	2	3	4	22	3	2	3	2	2	2	14
16	4	4	4	2	4	3	21	4	4	3	11	4	4	4	4	4	3	3	26	3	3	3	3	3	3	18
17	3	2	1	2	2	1	11	3	5	5	13	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	3	2	2	13
18	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
19	1	1	2	2	2	2	10	2	2	2	6	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	2	2	2	12
20	3	3	2	1	3	2	14	3	4	2	9	2	3	3	3	2	4	4	21	3	3	4	4	3	3	20

21	2	2	2	2	2	2	12	2	2	3	7	2	2	2	2	4	4	4	20	2	2	4	4	2	2	16
22	5	3	5	5	5	5	28	3	3	5	11	5	5	5	5	5	3	4	32	5	3	3	3	4	3	21
23	3	3	2	1	2	3	14	2	2	2	6	1	2	2	2	2	5	3	17	3	2	3	3	2	2	15
24	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
25	4	3	3	4	3	3	20	4	4	3	11	3	3	4	4	4	2	3	23	3	3	3	3	3	3	18
26	5	4	3	5	4	4	25	4	3	5	12	4	3	3	3	3	3	4	23	4	3	3	3	3	3	19
27	3	2	4	4	1	2	16	4	2	3	9	2	1	4	1	1	1	2	12	1	3	1	1	2	1	9
28	5	2	4	2	3	2	18	2	2	3	7	4	3	1	3	2	3	3	19	3	3	2	4	3	3	18
29	1	3	1	1	3	4	13	5	5	1	11	3	3	2	3	2	4	2	19	4	3	3	3	3	2	18
30	2	1	2	1	1	1	8	2	2	2	6	2	1	1	3	3	2	2	14	2	2	2	2	1	2	11
31	3	4	3	1	3	2	16	2	2	2	6	3	3	3	3	3	3	2	20	2	1	2	2	2	2	11
32	3	5	3	5	3	3	22	3	3	3	9	3	3	4	3	5	5	5	28	3	3	3	3	3	3	18
33	1	3	4	1	3	2	14	3	3	3	9	1	3	2	3	4	5	5	23	3	2	4	3	2	2	16
34	2	4	3	1	2	2	14	2	2	2	6	3	2	3	2	2	4	2	18	2	2	3	3	2	3	15
35	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	11	4	4	3	4	3	3	3	24	3	3	3	3	4	4	20
36	2	1	4	1	1	1	10	4	4	1	9	4	1	1	3	1	3	2	15	1	1	2	3	1	1	9
37	3	4	3	4	2	5	21	2	2	5	9	2	5	3	2	4	2	4	22	3	2	4	2	4	4	19
38	2	2	4	4	2	1	15	2	2	4	8	3	4	4	3	4	4	5	27	2	3	2	2	3	3	15
39	2	1	3	2	3	4	15	3	2	4	9	3	4	3	3	2	3	3	21	2	3	3	2	3	4	17
40	3	3	2	4	4	3	19	2	4	4	10	2	4	3	2	2	4	2	19	2	4	2	4	4	3	19
41	1	2	4	2	2	3	14	3	4	2	9	2	4	4	3	4	4	2	23	2	3	2	2	4	2	15
42	4	4	5	4	4	5	26	3	4	3	10	3	4	3	3	5	4	4	26	4	3	4	3	2	2	18
43	4	4	3	3	4	3	21	2	3	2	7	2	4	3	2	4	4	2	21	2	4	3	4	4	3	20
44	2	2	3	2	3	2	14	2	3	3	8	2	3	2	3	3	4	2	19	2	4	3	4	3	3	19
45	1	3	2	4	4	3	17	3	4	3	10	3	4	2	3	4	4	2	22	3	5	2	4	4	3	21
46	3	4	4	3	3	4	21	3	4	2	9	2	1	3	3	2	2	3	16	2	4	2	4	2	4	18
47	2	3	1	2	1	3	12	2	4	1	7	2	4	2	4	2	3	2	19	1	2	3	2	2	3	13
48	2	4	3	3	2	3	17	2	4	4	10	2	3	4	2	4	4	3	22	2	3	4	4	2	3	18

49	3	2	2	1	3	4	15	2	4	2	8	3	4	4	3	3	4	3	24	3	2	4	3	2	2	16
50	5	3	4	4	3	3	22	2	1	3	6	3	4	3	3	4	3	2	22	3	4	2	2	3	2	16
51	5	4	4	5	4	4	26	4	5	4	13	3	3	4	3	4	3	4	24	4	4	3	4	3	5	23
52	2	3	2	3	4	4	18	2	3	3	8	2	1	2	2	3	2	3	15	3	2	3	2	1	2	13
53	4	4	4	3	4	3	22	3	4	4	11	3	2	3	2	4	3	3	20	2	3	2	2	3	4	16
54	3	3	2	2	3	2	15	2	3	2	7	3	3	2	3	2	2	3	18	3	2	3	2	4	3	17
55	4	2	2	2	3	2	15	3	2	3	8	3	4	4	3	3	4	4	25	2	2	3	2	3	3	15
56	3	2	3	3	2	3	16	3	2	2	7	3	4	4	2	3	2	3	21	3	2	2	1	4	1	13
57	2	4	3	2	2	3	16	4	2	2	8	2	4	2	2	3	2	3	18	2	4	3	2	3	4	18
58	2	2	3	2	3	2	14	4	3	4	11	2	3	3	2	3	2	3	18	2	2	2	1	2	1	10
59	4	3	4	4	3	4	22	3	4	3	10	3	2	2	2	3	3	2	17	2	2	1	2	3	2	12
60	2	2	2	2	2	2	12	1	3	2	6	2	3	4	2	2	3	2	18	4	3	2	2	3	2	16
61	3	2	4	3	2	3	17	3	4	3	10	4	3	3	4	3	4	3	24	3	4	4	3	3	4	21
62	2	3	2	4	4	3	18	4	4	3	11	3	4	3	4	2	3	2	21	3	2	3	2	3	4	17
63	4	3	5	4	3	4	23	4	3	3	10	4	4	3	3	4	3	4	25	3	3	4	3	4	4	21
64	3	2	3	2	4	2	16	4	3	4	11	3	2	4	4	3	4	4	24	4	3	4	3	3	3	20
65	4	4	4	3	3	4	22	3	4	4	11	4	3	4	4	3	4	3	25	3	4	3	3	3	4	20
66	2	1	3	3	2	3	14	2	3	2	7	3	2	3	2	3	2	2	17	2	3	4	3	2	3	17
67	4	3	4	3	3	3	20	4	3	2	9	3	4	4	2	3	3	2	21	3	4	3	3	4	3	20
68	3	4	2	3	3	4	19	3	3	4	10	4	3	2	3	4	3	4	23	3	4	4	3	2	3	19
69	2	3	2	4	2	2	15	3	2	3	8	2	3	2	2	2	2	3	16	2	3	2	2	2	2	13
70	4	4	5	4	4	5	26	4	3	3	10	5	4	4	3	3	4	3	26	3	4	4	3	4	3	21
71	3	2	3	2	2	2	14	2	3	3	8	2	3	3	4	3	2	3	20	3	3	2	3	3	4	18
72	2	3	3	2	2	3	15	2	3	3	8	2	2	3	2	3	3	2	17	3	3	2	2	3	2	15
73	3	3	2	2	3	2	15	3	4	3	10	3	4	2	3	3	3	2	20	2	3	2	3	2	2	14
74	2	2	3	2	2	3	14	2	2	3	7	3	2	2	3	2	2	3	17	3	2	2	3	2	2	14
75	4	4	4	4	3	4	23	3	4	3	10	4	3	3	4	3	3	3	23	3	4	4	3	3	4	21
76	5	4	3	4	3	4	23	3	4	4	11	3	4	3	4	3	4	3	24	3	4	3	3	4	3	20

77	4	3	2	4	3	3	19	3	2	3	8	3	4	3	4	3	4	4	25	2	3	2	3	4	3	17
78	3	4	5	4	5	4	25	4	3	4	11	3	2	3	2	3	3	2	18	2	4	2	2	3	4	17
79	2	3	3	3	2	4	17	2	3	4	9	2	3	2	3	2	3	2	17	2	3	3	3	4	3	18
80	3	2	2	2	3	2	14	4	3	3	10	3	3	2	3	3	4	2	20	2	4	2	3	2	4	17
81	5	4	3	4	4	3	23	3	3	4	10	4	3	4	3	4	3	3	24	2	3	2	2	3	2	14
82	4	5	4	4	3	2	22	2	3	3	8	2	3	3	2	2	3	2	17	2	3	3	3	3	2	16
83	3	2	3	2	3	3	16	3	2	2	7	2	3	2	1	2	2	3	15	2	3	3	2	2	3	15
84	5	4	4	4	3	3	23	2	3	2	7	2	3	3	2	2	3	2	17	2	3	3	2	2	3	15
85	3	3	2	3	4	2	17	2	3	2	7	3	3	2	3	2	4	2	19	2	3	2	2	3	2	14
86	1	2	2	3	2	3	13	2	1	3	6	2	3	2	3	2	2	2	16	2	3	3	2	3	2	15
87	4	4	3	4	3	4	22	4	3	4	11	4	3	5	3	3	4	3	25	3	4	3	3	4	4	21
88	3	4	2	2	3	3	17	2	3	2	7	2	3	4	3	3	4	4	23	2	3	2	3	2	3	15
89	3	3	3	2	3	2	16	2	3	4	9	3	2	3	2	3	3	2	18	2	3	2	3	3	2	15
90	2	3	3	2	3	2	15	3	3	2	8	2	3	3	2	3	3	4	20	2	3	2	3	3	4	17
91	5	4	4	3	4	4	24	3	4	3	10	4	5	3	4	4	3	4	27	3	4	3	4	3	3	20
92	3	4	3	4	4	5	23	2	3	2	7	2	3	2	2	2	2	3	16	2	3	2	2	3	3	15
93	3	2	3	2	3	2	15	2	3	3	8	2	3	2	2	3	3	2	17	2	3	2	1	2	1	11
94	2	3	2	2	3	2	14	2	3	3	8	2	3	2	2	3	2	3	17	2	3	3	2	3	3	16
95	2	3	3	3	2	3	16	2	3	3	8	2	3	3	2	2	3	3	18	2	2	3	2	2	3	14
96	4	3	3	4	4	4	22	3	4	4	11	4	5	4	5	4	5	4	31	4	5	5	4	4	5	27
97	2	3	3	2	1	2	13	2	3	3	8	2	2	3	2	3	3	2	17	2	3	2	2	3	3	15
98	3	4	4	3	2	2	18	2	3	2	7	2	3	4	3	4	3	3	22	3	2	2	2	3	3	15
99	4	1	4	2	2	5	18	1	4	5	10	5	3	2	4	3	3	4	24	2	5	4	3	4	4	22
100	4	5	3	1	3	3	19	2	4	3	9	2	3	4	4	2	4	4	23	2	4	2	4	3	2	17



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 4 : Karakteristik Responden

Jenis_Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	65	65.0	65.0	65.0
	Perempuan	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Kelahiran					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kelahiran tahun 1980 Keatas	11	11.0	11.0	11.0
	Kelahiran tahun 1990 Keatas	81	81.0	81.0	92.0
	Kelahiran tahun 2000 Keatas	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 5 : Distribusi Jawaban Responden

Variabel Sikap (X1)

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	8	8.0	8.0	8.0
	TS	27	27.0	27.0	35.0
	N	31	31.0	31.0	66.0
	S	20	20.0	20.0	86.0
	SS	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	8	8.0	8.0	8.0
	TS	23	23.0	23.0	31.0
	N	31	31.0	31.0	62.0
	S	30	30.0	30.0	92.0
	SS	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.0	4.0	4.0
	TS	26	26.0	26.0	30.0
	N	36	36.0	36.0	66.0
	S	24	24.0	24.0	90.0
	SS	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	14	14.0	14.0	14.0
	TS	30	30.0	30.0	44.0
	N	19	19.0	19.0	63.0
	S	29	29.0	29.0	92.0
	SS	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	5.0	5.0	5.0
	TS	25	25.0	25.0	30.0
	N	41	41.0	41.0	71.0
	S	20	20.0	20.0	91.0
	SS	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	6.0	6.0	6.0
	TS	28	28.0	28.0	34.0
	N	34	34.0	34.0	68.0
	S	22	22.0	22.0	90.0
	SS	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Variabel Norma Subjektif (X2)

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.0	4.0	4.0
	TS	41	41.0	41.0	45.0
	N	30	30.0	30.0	75.0
	S	20	20.0	20.0	95.0
	SS	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	24	24.0	24.0	26.0
	N	40	40.0	40.0	66.0
	S	26	26.0	26.0	92.0
	SS	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.0	4.0	4.0
	TS	26	26.0	26.0	30.0
	N	39	39.0	39.0	69.0
	S	20	20.0	20.0	89.0
	SS	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Variabel Persepsi Kontrol Perilaku (X3)

X3.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	39	39.0	39.0	42.0
	N	33	33.0	33.0	75.0
	S	17	17.0	17.0	92.0
	SS	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	7	7.0	7.0	7.0
	TS	17	17.0	17.0	24.0
	N	43	43.0	43.0	67.0
	S	23	23.0	23.0	90.0
	SS	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	29	29.0	29.0	32.0
	N	34	34.0	34.0	66.0
	S	26	26.0	26.0	92.0
	SS	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	32	32.0	32.0	35.0
	N	42	42.0	42.0	77.0
	S	17	17.0	17.0	94.0
	SS	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X3.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	5.0	5.0	5.0
	TS	29	29.0	29.0	34.0
	N	36	36.0	36.0	70.0
	S	22	22.0	22.0	92.0
	SS	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	21	21.0	21.0	24.0
	N	39	39.0	39.0	63.0
	S	30	30.0	30.0	93.0
	SS	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	35	35.0	35.0	35.0
	N	35	35.0	35.0	70.0
	S	23	23.0	23.0	93.0
	SS	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Variabel Niat Beli (Y)

Y1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.0	4.0	4.0
	TS	46	46.0	46.0	50.0
	N	35	35.0	35.0	85.0
	S	10	10.0	10.0	95.0
	SS	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	27	27.0	27.0	29.0
	N	43	43.0	43.0	72.0
	S	21	21.0	21.0	93.0
	SS	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	35	35.0	35.0	37.0
	N	39	39.0	39.0	76.0
	S	18	18.0	18.0	94.0
	SS	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Y.1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.0	4.0	4.0
	TS	34	34.0	34.0	38.0
	N	40	40.0	40.0	78.0
	S	18	18.0	18.0	96.0
	SS	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.1.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	29	29.0	29.0	32.0
	N	43	43.0	43.0	75.0
	S	21	21.0	21.0	96.0
	SS	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.1.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	6.0	6.0	6.0
	TS	27	27.0	27.0	33.0
	N	41	41.0	41.0	74.0
	S	21	21.0	21.0	95.0
	SS	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Lampiran 6 Uji Validitas

Uji Validitas X1

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.548**	.567**	.541**	.513**	.459**	.799**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.548**	1	.410**	.522**	.496**	.476**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.567**	.410**	1	.480**	.405**	.492**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.541**	.522**	.480**	1	.449**	.554**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.513**	.496**	.405**	.449**	1	.540**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.459**	.476**	.492**	.554**	.540**	1	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	.799**	.755**	.728**	.787**	.735**	.767**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Uji Validitas X2

Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.481**	.348**	.792**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.481**	1	.310**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.348**	.310**	1	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.000
	N	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	.792**	.768**	.737**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Uji Validitas X3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		Correlations							
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.414**	.364**	.636**	.445**	.355**	.394**	.712**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.414**	1	.470**	.518**	.498**	.443**	.384**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.364**	.470**	1	.391**	.457**	.352**	.422**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.636**	.518**	.391**	1	.450**	.436**	.508**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.445**	.498**	.457**	.450**	1	.474**	.532**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.355**	.443**	.352**	.436**	.474**	1	.410**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	.394**	.384**	.422**	.508**	.532**	.410**	1	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X3	Pearson Correlation	.712**	.742**	.685**	.771**	.765**	.680**	.714**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Uji Validitas Y

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		Correlations						
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Total_Y1
Y1.1	Pearson Correlation	1	.394**	.558**	.501**	.493**	.447**	.743**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.394**	1	.314**	.540**	.586**	.575**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.558**	.314**	1	.562**	.377**	.516**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	.501**	.540**	.562**	1	.416**	.530**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson Correlation	.493**	.586**	.377**	.416**	1	.552**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.6	Pearson Correlation	.447**	.575**	.516**	.530**	.552**	1	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total_Y1	Pearson Correlation	.743**	.749**	.732**	.779**	.749**	.800**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Lampiran 7 Uji Reliabilitas

Sikap (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.855	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	15.09	17.194	.686	.823
X1.2	15.07	18.147	.635	.833
X1.3	15.04	18.726	.607	.838
X1.4	15.27	17.088	.663	.828
X1.5	15.11	18.766	.618	.836
X1.6	15.12	18.086	.653	.829

Norma Subjektif (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.645	3

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	6.22	2.557	.508	.472
X2.2	5.89	2.705	.479	.516
X2.3	5.95	2.715	.383	.650

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Persepsi Kontrol Perilaku (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.848	7

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	18.28	18.567	.588	.830
X3.2	18.04	18.059	.622	.825
X3.3	18.09	18.830	.554	.835
X3.4	18.25	18.412	.677	.818
X3.5	18.17	17.920	.655	.820
X3.6	17.99	19.141	.556	.835
X3.7	18.14	18.889	.600	.829

Niat Beli (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.853	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	14.65	12.634	.618	.832
Y.1.2	14.27	12.502	.624	.831
Y.1.3	14.40	12.626	.600	.835
Y.1.4	14.47	12.332	.668	.823
Y.1.5	14.37	12.660	.629	.830
Y.1.6	14.39	11.917	.689	.818

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

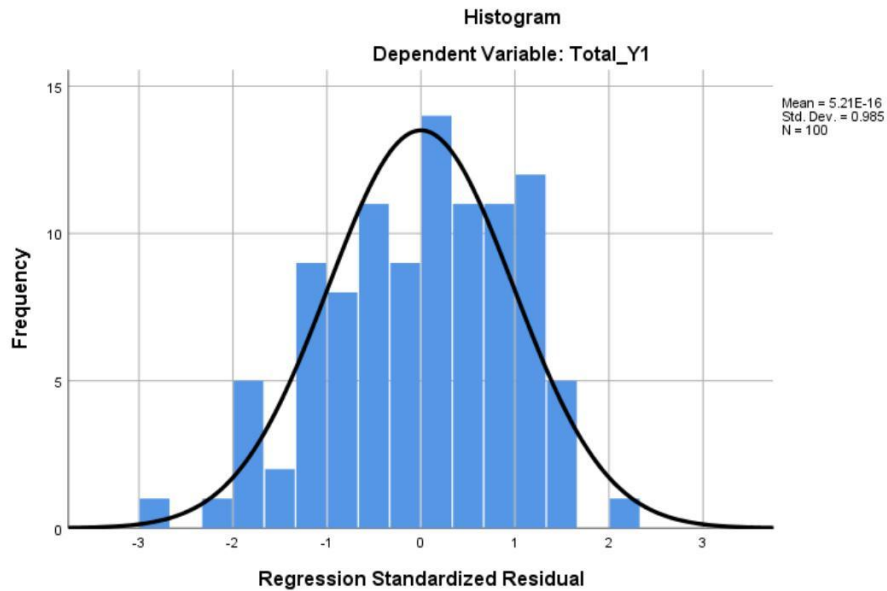
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



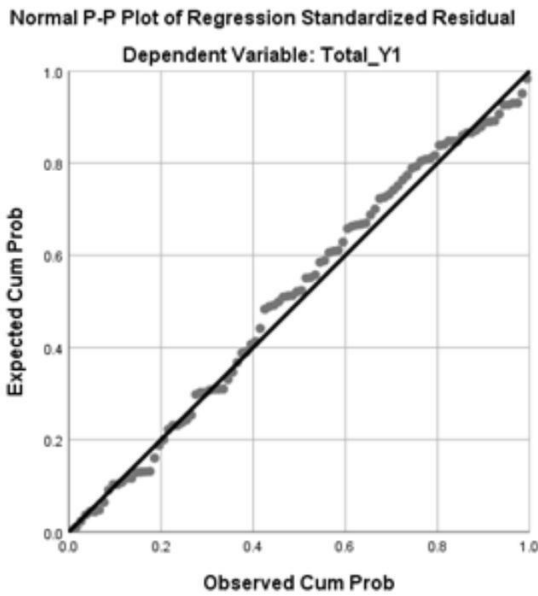
Lampiran 8 Uji Normalitas Uji Normalitas Histogram

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Uji Normalitas Garis Plot



Lampiran 9 Uji Asumsi Klasik

Uji Multikololineritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.730	1.125		1.538	.127		
	Sikap	.096	.073	.115	1.311	.193	.433	2.310
	Norma Subjektif	.490	.151	.265	3.256	.002	.506	1.975
	Persepsi Kontrol Perilaku	.445	.077	.529	5.776	.000	.400	2.502

a. Dependent Variable: Total_Y1

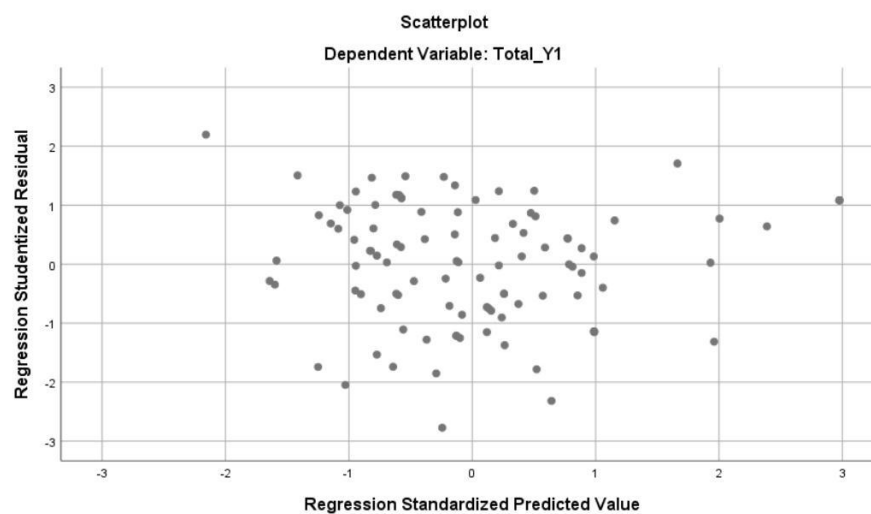
Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.823 ^a	.678	.668	2.404	1.865

a. Predictors: (Constant), Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Perilaku Konsumen

b. Dependent Variable: Niat Beli

Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 10 Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.730	1.125		1.538	.127
	Sikap	.096	.073	.115	1.311	.193
	Norma Subjektif	.490	.151	.265	3.256	.002
	Persepsi Kontrol	.445	.077	.529	5.776	.000
	Perilaku					

a. Dependent Variable: Niat Beli

Lampiran 11 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.730	1.125		1.538	.127
	Sikap	.096	.073	.115	1.311	.193
	Norma Subjektif	.490	.151	.265	3.256	.002
	Persepsi Kontrol	.445	.077	.529	5.776	.000
	Perilaku					

a. Dependent Variable: Niat Beli

Lampiran 12 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1168.689	3	389.563	67.420	.000 ^b
	Residual	554.701	96	5.778		
	Total	1723.390	99			

a. Dependent Variable: Niat Beli

b. Predictors: (Constant), Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Perilaku Konsumen



Lampiran 13 Koefisien korelasi (Uji R) dan Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.823 ^a	.678	.668	2.404	1.865
a. Predictors: (Constant), Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Perilaku Konsumen					
b. Dependent Variable: Niat Beli					

Lampiran 14 Tabel T Statistik

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –112)

Pr Df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460

Lampiran 15 Tabel F Statistik

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
Df untuk penyebut (N2)	Df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 16 Tabel R

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 17 Tabel DW 90-105

	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804
101	1.6558	1.6958	1.6357	1.7163	1.6153	1.7374	1.5946	1.7589	1.5736	1.7809
102	1.6576	1.6971	1.6376	1.7175	1.6174	1.7383	1.5969	1.7596	1.5762	1.7813
103	1.6593	1.6985	1.6396	1.7186	1.6196	1.7392	1.5993	1.7603	1.5788	1.7818
104	1.6610	1.6998	1.6415	1.7198	1.6217	1.7402	1.6016	1.7610	1.5813	1.7823
105	1.6627	1.7011	1.6433	1.7209	1.6237	1.7411	1.6038	1.7617	1.5837	1.7827



Lampiran 18 SK Penunjukan Pembimbing Skripsi

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
كلية العلوم الاقتصادية والاجتماعية
FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES
Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web: www.uin-suska.ac.id, E-mail: fekosos@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.VII.L/PP.00.9/1862/2020 Pekanbaru, 4 Mei 2020 M
Sifat : Biasa 11 Ramadhan 1441 H
Lampiran : -
Perihal : **Bimbingan Skripsi**


Kepada
Yth. **Hariza Hasyim, SE, M. Si**
Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
UIN Sultan Syarif Kasim Riau
Pekanbaru

Assalamu'alaikum Wr. Wb.
Dengan hormat,
Bersama ini kami sampaikan kepada Saudara bahwa :
N a m a : Oktavarido
NIM : 11671102110
Jurusan : Manajemen
Semester : VIII (Delapan)

adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memenuhi syarat untuk menyelesaikan studi/ menyusun skripsi dengan judul: "**Analisis Niat Beli Generasi Milenial Terhadap Produk Nenas di Desa Rimbo Panjang**". Sehubungan dengan itu kami menunjuk Saudarasebagai pembimbingdalam menyelesaikan skripsi mahasiswa tersebut di atas.

Demikian disampaikan, atas bantuan Saudara diucapkan terima kasih.

an. Dekan
Wakil Dekan Bid. Akademik dan
Pengembangan Lembaga,


Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, MS, SE, M. Si, Ak, CA
NIP. 19751112 199903 2 001

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BIOGRAFI PENULIS



Nama lengkap OKTAVARIDO, lahir di Pekanbaru pada tanggal 16 Oktober 1996. Merupakan anak dari Ayah Amir dan Ibu Ernawati dan merupakan anak keempat dari delapan bersaudara. Pendidikan formal yang telah dilalui penulis yakni: Telah menamatkan Sekolah Dasar di SDN 022 Desa Rimbo Panjang. Telah menamatkan Sekolah Menengah Pertama di SMP Al-Izhar School. Telah menamatkan Sekolah Menengah Kejuruan di SMK Kansai Pada tahun 2015 dan telah menamatkan Kuliah S1 Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tahun 2020.

Pada tanggal 07 Januari 2019 - 22 Februari 2019 penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) pada Kantor Kepala Desa Rimbo Panjang. Selanjutnya pada tanggal 08 Juli 2019 - 30 Agustus 2019 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Koto Masjid Kecamatan XIII Koto Kampar.

Penulis melaksanakan ujian *Oral Comprehensive* pada hari Rabu tanggal 15 Juli 2020 dengan judul skripsi “**Analisis Niat Beli Generasi Milenial Terhadap Produk Nenas Di Desa Rimbo Panjang.**” dan dinyatakan lulus dengan gelar Sarjana Ekonomi (SE).